

Pengaruh Minat, dan Persepsi Pengusaha Muda Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Kota Jambi

Muhaimin

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Novi Mubyarto

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Khairiyani

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Korespondensi: muhammadzuhdi15@gmail.com

Abstract. *The large potential of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) which have an impact on improving the community's economy, makes it a necessity to be more empowered to become more strategic so that they can support increased productivity, provide wider employment opportunities, and increase income for the poor. Micro-enterprises which are part of Micro, Small and Medium Enterprises in Jambi City need to be improved and developed because they contribute to regional economic growth and improve people's welfare. less controlled by business actors and income based on the time or length of time the business was established. This study aims to determine: the influence of the interests and perceptions of young entrepreneurs on the development of MSMEs in Jambi City. Using quantitative methods with data analysis methods in this study using multiple regression tests, T tests, F tests and Coefficient of Determination Tests (R Square). The results of the study explain that partially the interest and perceptions of entrepreneurs have an effect on the development of medium and high-rise businesses in Jambi City. Simultaneously or together the interest and perception variables of young entrepreneurs have a significant influence on the development of MSMEs in Jambi City.*

Keywords: *Interest, Perceptions of Young Entrepreneurs, Business Development*

Abstrak. *Besarnya potensi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang berdampak pada peningkatan ekonomi masyarakat, menjadikan suatu keharusan untuk lebih di berdayakan menjadi semakin strategis sehingga dapat mendukung peningkatan produktivitas, penyediaan lapangan kerja yang lebih luas, dan peningkatan pendapatan bagi masyarakat miskin. Usaha mikro yang merupakan bagian dari usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Jambi perlu ditingkatkan serta dikembangkan karena menyumbang terhadap pertumbuhan ekonomi daerah serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat, tetapi permasalahan yang kemudian muncul antara lain disebabkan oleh masih rendahnya kualitas SDM pelaku industri, strategi pemasaran yang masih kurang dikuasai oleh pelaku usaha dan pendapatan didasarkan pada waktu atau lama usaha didirikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: pengaruh minat dan persepsi pengusaha muda terhadap pengembangan UMKM di Kota Jambi. Menggunakan metode kuantitatif dengan metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji regresi berganda, Uji T, Uji F dan Uji Koefisien Determinasi (R Square). Hasil penelitian menjelaskan bahwa secara parsial variabel minat dan persepsi pengusaha berpengaruh terhadap*

Received Mei 30, 2023; Revised Juni 2, 2023; November 22, 2023

* Muhaimin, muhammadzuhdi15@gmail.com

pengembangan Usaha Menengah dan Keatas di Kota Jambi. Secara simultan atau bersama-sama variabel minat dan persepsi pengusaha muda memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengembangan UMKM di Kota Jambi.

Kata Kunci: Minat, Persepsi Pengusaha Muda, Pengembangan Usaha

LATAR BELAKANG

Pertumbuhan ekonomi akan semakin lambat jalannya, pada akhirnya akan tercapai tingkat keadaan tidak berkembang keadaan tersebut akan terjadi pada tingkat pertumbuhan yang tinggi. Kelangkaan atau kekurangan berlaku sebagai akibat dari ketidakseimbangan antara kebutuhan masyarakat dan faktor-faktor produksi yang tersedia dalam masyarakat.¹ Pembangunan infrastruktur masih tersendat-sendat dan investasi masih sulit ditingkatkan, hal ini disebabkan oleh belum adanya kepastian hukum dan berbagai masalah lain. Salah satu upaya untuk mengatasi keadaan tersebut adalah melalui percepatan pemberdayaan dan pengembangan usaha mikro.²

Salah satu pengembangan usaha di Indonesia yaitu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki di kuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah ataupun usaha dasar yang memenuhi kriteria.³

Pengamatan awal peneliti di Kota Jambi khususnya dalam bidang UMKM menemukan bahwa UMKM di Kota Jambi cukup berkembang di beberapa ranah bentuk lapangan pekerjaan, salah satunya yaitu bidang usaha mikro. Industri mikro di Kota Jambi perlu ditingkatkan serta dikembangkan karena menyumbang terhadap pertumbuhan ekonomi daerah serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Permasalahan yang kemudian muncul dan menyebabkan industri mikro kesulitan untuk berkembang antara lain disebabkan oleh masih rendahnya kualitas SDM pelaku industri. Seperti contoh dalam strategi pemasaran para pelaku usaha belum seluruhnya memiliki pembukuan

¹ Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi teori Pengantar*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 5-7

² Abdul Salam, *Sustainabilitas Lembaga Keuangan Mikro: Koperasi Simpan Pinjam*, (Yogyakarta: Salemba, 2008), hlm. 1-2

³ Tulus Tambunan, *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Di Indonesia*, (Jakarta: LP3ES, 2012), hlm. 12

dalam mengatur proses produksi. Strategi pemasaran masalah yang timbul seperti proses promosi yang masih bersifat tradisional. Hal ini tentu saja merugikan para pengusaha karena jumlah pelanggan hanya terbatas. Permasalahan dalam teknologi yaitu masih terbatasnya kepemilikan teknologi tepat guna yang digunakan untuk proses produksi sehingga sebagian besar masih menggunakan alat yang tradisional sehingga produksinya pun masih kurang efisien.

Selain masalah strategi pemasaran yang masih kurang dikuasai oleh pelaku usaha, permasalahan lama usaha juga menjadi salah satu faktor penyebab keberhasilan usaha mikro. Lamanya suatu usaha dapat menimbulkan pengalaman berusaha, dimana pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertindak laku. Lama usaha dalam pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, waktu yang lama ketika seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya, kemampuan profesionalnya atau keahliannya, sehingga dapat menambah efisiensi dan mampu menekan biaya produksi lebih kecil sehingga dapat meningkatkan pendapatan.

Selain itu, jika dilihat dari pendapatan pengusaha muda selaku pengusaha mikro cukup bervariasi, peningkatan pendapatan juga mengalami fluktuasi secara bertahap, jumlah pendapatan para pengusaha muda didasarkan pada waktu atau lama usaha didirikan, semakin lama pengusaha mendirikan usaha maka pendapatan yang diperoleh semakin meningkat dan bertambah, karena secara teori pengusaha tersebut sudah memiliki pelanggan tetap, produknya sudah dikenal orang banyak banyak dan sudah tentu memiliki strategi pemasaran yang cukup baik. Pengusaha muda yang baru memulai usaha pendapatan yang diperoleh belum terlalu menjanjikan, tetapi secara keseluruhan jika usaha mikro dikelola dengan strategi pemasaran yang baik dan tepat maka akan meningkatkan pendapatan serta dapat meningkatkan kualitas ekonomi pelaku usaha muda khususnya dan masyarakat pada umumnya, hal ini lah yang menjadi salah satu faktor timbulnya minat para pengusaha muda dalam menjalankan usaha mikro.

Mengacu pada temuan di atas maka peneliti ingin menyusun karya ilmiah berbentuk skripsi dengan judul: **“Pengaruh Minat dan Persepsi Pengusaha Muda Terhadap Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Jambi”**.

KAJIAN TEORITIS

1. Pengertian Minat

Minat adalah merupakan sikap sadar pada seseorang dalam sesuatu obyek sehingga orang tersebut memiliki kesadaran, suatu soal atau situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya. Karakteristik minat menurut Bimo Walgito yaitu Menimbulkan sikap positif terhadap sesuatu objek. Adanya sesuatu yang menyenangkan yang timbul dari sesuatu objek itu.⁴

Minat dapat diartikan sebagai suatu kesukaan, kegemaran atau kesenangan akan sesuatu.⁵ Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat seseorang terhadap sesuatu adalah sebagai berikut:

a. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan hasil tahu yang terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indra manusia, yaitu: indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia di peroleh melalui pendidikan, pengalaman orang lain, media massa maupun lingkungan.

b. Pengalaman

Pengalaman sebagai sumber pengetahuan adalah suatu cara untuk memperoleh kebenaran pengetahuan dengan cara mengulang kembali pengetahuan yang diperoleh dalam memecahkan masalah yang dihadapi masa lalu.

c. Informasi

Secara umum informasi dapat didefinisikan sebagai hasil dari pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian yang nyata yang di gunakan untuk pengambilan keputusan. Informasi merupakan data yang telah diklasifikasikan atau diolah atau diinterpretasi untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan.⁶

⁴ A.Djazuli, *Fiqh Siyasah: Implementas Kemaslahatan Umat dalam Rambu-rambu Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm. 90

⁵ Ahmad Susanto, *Teori Perkembangan Ekonomi Manusia*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hlm. 57

⁶Trendilmu, <http://www.trendilmu.com/2015/09/pengertian.minat.dan.faktor.yang.mempengaruhi.minat.seo.html>

2. Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua bidang, pada prinsipnya pembedaan antara Usaha Mikro, Kecil dan Menengah umumnya didasarkan pada nilai aset awal omset rata-rata pertahun atau jumlah pekerja tetap.⁷

a. Usaha Mikro

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Menengah.⁸

b. Usaha Kecil

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil.⁹

c. Usaha Menengah

Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.¹⁰

3. Jenis-Jenis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Di bawah ini diuraikan contoh-contoh Usaha Menengah dan Keatas antara lain:

a. Usaha Mikro

Usaha mikro seperti usaha tani pemilik dan penggarap perorangan, peternak, nelayan dan pembudidaya. Industri makanan dan minuman, industri meubelair pengolahan kayu dan rotan, industri pandai besi pembuat alat-alat. Usaha perdagangan

⁷ Tulus Tambunan, *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Di Indonesia*, (Jakarta: LP3ES, 2012), hlm. 11-12

⁸ Tulus Tambunan, *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Di Indonesia*, (Jakarta: LP3ES, 2012), hlm. 14

⁹ Tulus Tambunan, *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia*, (Jakarta: LP3ES, 2012), hlm. 14

¹⁰*Ibid.*, hlm. 15

seperti kaki lima serta pedagang di pasar dan lain-lain. Peternakan ayam, itik dan perikanan. Usaha jasa-jasa seperti perbengkelan, salon kecantikan, ojek dan penjahit (konveksi).

b. Usaha Kecil

Usaha kecil diantaranya usaha tani sebagai pemilik tanah perorangan yang memiliki tenaga kerja, pedagang dipasar grosir (agen) dan pedagang pengumpul lainnya, pengrajin industri makanan dan minuman, industri meubelair, kayu dan rotan, industri alat-alat rumah tangga, industri pakaian jadi dan industri kerajinan tangan, peternakan ayam, itik dan perikanan.

c. Usaha Menengah

Usaha menengah diantaranya jenis atau macam usaha menengah hampir menggarap komoditi dari hampir seluruh sektor mungkin hampir secara merata, yaitu: Usaha pertanian, peternakan, perkebunan, kehutanan skala menengah.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif deskriptif yang artinya menggunakan alat analisis yang bersifat kuantitatif. Dengan data yang digunakan yaitu data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber utamanya.¹¹ data primer yang diperoleh dari hasil responden dalam bentuk kuesioner. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu berupa data dokumen seperti foto dan data tentang berbagai usaha mikro yang diteliti dalam penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah beberapa pengusaha muda yang berusia 25 sampai 35 tahun yang mayoritas ada di Kota Jambi. Jumlah populasinya adalah 178 orang Jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini ditentukan oleh rumus Slovin dengan rumus perhitungan.¹²

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana :

¹¹ Ronny Kuantur, *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, Jakarta: PPM, 2007), hlm. 182

¹² Syofian Siregar. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012).

- n = Sampel
N = Jumlah Populasi
e = Perkiraan tingkat kesalahan (10%)

Maka dalam penelitian ini, sampel penelitian yang diperoleh dari populasi sebanyak 178 pengusaha muda, adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{178}{1 + 178 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{178}{2,78}$$

$$n = 64,02 \text{ dibulatkan menjadi } 65 \text{ Responden}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 65 Responden. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan kusioner (angket). Dengan metode pengolahan dan analisis data menggunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Hasil kuesioner dianggap valid apabila instrumen benar-benar benar dapat mengukur nilai variabel yang diteliti. Apabila nilai r hitung > r tabel maka suatu item dianggap valid, sebaliknya apabila nilai r hitung < r tabel maka suatu item tersebut dianggap tidak valid. Berdasarkan hasil dari olah semua pertanyaan Variabel X1, X2 dan Y dinyatakan valid dengan nilai signifikan < 0,05 dan nilai r hitung > dari r tabel (0,240).

2. Uji Reliabilitas

Suatu variabel bisa dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Berdasarkan hasil olah data tersebut setiap variabel menghasilkan nilai *cronbach's alpha* memiliki nilai lebih besar dari 0,60 dan dapat disimpulkan semua variabel dinyatakan reliabel.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,038	1,658		,035	,114
1 Minat	,215	,119	,211	2,424	,002
Persepsi Pengusaha	,329	,112	,577	3,175	,000

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan tabel 2 maka dapat dilihat konstanta (nilai α) sebesar 0,038 dan untuk minat (nilai β) sebesar 0,215 dan untuk persepsi pengusaha (nilai β) sebesar 0,329 Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 0,038 + 0,215 + 0,329 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat diartikan bahwa :

1. Nilai konstanta (α) = 0,038

Menyatakan bahwa tanpa adanya variabel minat dan persepsi pengusaha maka variabel kepuasan konsumen akan tetap bernilai sama sebesar 0,038.

2. Nilai koefisien regresi minat (X_1) = 0,215

Minat bernilai positif terhadap pengembangan usaha dengan koefisien regresinya sebesar 0,215 yang artinya terjadi hubungan berpengaruh positif dan signifikan antara variabel minat terhadap pengembangan usaha UMKM di Kota Jambi.

3. Nilai koefisien regresi persepsi pengusaha (X_2) = 0,329

Persepsi pengusaha bernilai positif terhadap pengembangan usaha dengan koefisien regresinya sebesar 0,329 yang berarti adanya hubungan yang positif dan signifikan antara variabel persepsi pengusaha terhadap pengembangan usaha UMKM di Kota Jambi.

4. Uji T (parsial)

Tabel 2 Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,038	1,658		,035	,114
1 Minat	,215	,119	,211	2,424	,002
Persepsi Pengusaha	,329	,112	,577	3,175	,000

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas maka dapat di intepretasikan sebagai berikut:

1. Minat berpengaruh positif signifikan terhadap karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $0,2424 > 0,05$ dan nilai signifikan yang dihasilkan $0,02 \leq 0,05$ data menunjukkan setiap peningkatan Minat akan menyebabkan kenaikan Pengembangan Usaha UMKM di Kota Jambi. Berdasarkan uji parsial antara minat terhadap pengembangan usaha menengah dan keatas di Kota Jambi (variabel X^1 terhadap variabel Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi minat dalam mengembangkan usaha maka akan berpengaruh terhadap pengembangan usaha.
2. Persepsi Pengusaha berpengaruh positif paling dominan terhadap pengembangan usaha UMKM di Kota Jambi karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $0,3175 > 0,05$ dan nilai signifikan yang di hasilkan nilai $0,00 \leq 0,05$ data menunjukkan setiap peningkatan persepsi pengusaha yang dilakukan oleh pengusaha muda dalam melakukan pengembangan usaha UMKM Kota Jambi. Artinya persepsi pengusaha yang baik dan positif akan berpengaruh terhadap pengembangan usaha.

5. Uji F (simultan)

Tabel 3 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	189,157	2	64,252	73,165	,000 ^b
	Residual	43,204	63	,708		
	Total	242,862	65			
a. Dependent Variable: y						
b. Predictors: (Constant), x2, x1						

Uji simultan dari pengolahan data pada tabel di atas diketahui bahwa pengaruh Minat dan Persepsi Pengusaha yang diharapkan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan Usaha UMKM di Kota Jambi, karena nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $73,165 > 0,05$ nilai signifikansi yang di hasilkan $0,000$ lebih kecil dari level of signifikan $0,05$ karena $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka hal ini berarti bahwa variabel Minat dan Persepsi

Pengusaha secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap Pengembangan Usaha UMKM di Kota Jambi.

6. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya variasi perubahan variabel independen (Minat dan Persepsi Pengusaha) terhadap variabel dependen (Pengembangan Usaha UMKM di Kota Jambi).

Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,607 ^a	,622	,624	,612

a. Predictors: (Constant) X₂,X₁

Berdasarkan tabel di atas di peroleh besarnya Adjusted R² adalah 0,624. Hasil ini menunjukkan bahwa 0.62% nilai Pengembangan Usaha UMKM di Kota Jambi mampu dijelaskan oleh variasi perubahan variabel Minat (X₁) dan Persepsi Pengusaha (X₂). Sedangkan sisanya 38 % nilai Pengembangan Usaha UMKM di Kota Jambi ditentukan oleh variasi perubahan variabel lainnya yang yang tidak di teliti dalam penelitian ini, atau masih ada faktor lain yang mempengaruhi pengembangan usaha UMKM di Kota Jambi selain variabel minat dan persepsi pengusaha

Pembahasan

Pengembangan Usaha Menengah dan Keatas khususnya industri rumahan berbentuk usaha mikro memiliki pengaturan manajemen yang lebih baik dan agar dapat menjalankan usaha sesuai dengan yang diinginkan dan tentunya mendapatkan keuntungan atau laba yang di inginkan pengusaha tersebut. Menjalankan sebuah usaha agar dapat berjalan dengan baik, harus menjalankan strategi pemasaran yang maksimal, sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang akan mewujudkan taraf hidup masyarakat menjadi lebih meningkat sehingga terwujud kemakmuran serta terciptanya kesempatan kerja meski jumlah penduduk selalu bertambah.

Berdasarkan hasil penelitian Atik Isniati menunjukkan bahwa ada hubungan yang sigfikan antara istri yang bekerja terhadap tingkat pendapatan keluarga berpengaruh sangat kuat dan positif terhadap pendapatan keluarga. Hal ini berarti bahwa minat usaha khususnya pada perempuan sangat mempengaruhi keadaan ekonomi keluarga cukup signifikan. Dilihat dari kontribusi istri terhadap penghasilan keluarga besarnya adalah

0,88 atau 88%. Selain itu, kontribusi pendapatan selain penghasilan istri adalah sebesar 12%. Pengembangan Usaha Menengah dan Keatas khususnya industri rumahan berbentuk usaha mikro, pemilik usaha sebaiknya selalu meningkatkan kemampuan bagaimana cara untuk dapat bersaing dengan pemilik usaha-usaha lainya yang sejenis lainnya yang memiliki pengaturan manajemen yang lebih baik dan agar dapat menjalankan usaha sesuai dengan yang diinginkan dan tentunya mendapatkan laba yang di inginkan pengusaha tersebut. Menjalankan sebuah usaha agar dapat berjalan dengan baik, harus menjalankan stretagi pemasaran yang maksimal, sehingga berdampak pada pertumbuhan ekonomi yang akan mewujudkan taraf hidup masyarakat menjadi lebih meningkat sehingga terwujud kemakmuran serta terciptanya kesempatan kerja meski jumlah penduduk selalu bertambah.

Selain itu berdasarkan uji simultan diketahui bahwa terdapat pengaruh minat dan persepsi pengusaha yang diharapkan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha UMKM di Kota Jambi, karena nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $73,165 > 0,05$ nilai signifikansi yang di hasilkan 0,000 lebih kecil dari level of signifikan 0,05 karena $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka hal ini berarti bahwa variabel minat dan persepsi pengusaha secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap pengembangan usaha UMKM di Kota Jambi. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Multazam Nasruddin yang menjelaskan tentang tentang peran UKM terhadap peningkatan ekonomi keluarga karyawan. Maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa UKM CV.Citra Sari berperan penting bagi peningkatan ekonomi karyawan karena mereka sudah mampu mncukupi kebutuhan hidupnya seperti terpenuhinya kebutuhan pokok.

KESIMPULAN DAN SARAN

Secara parsial variabel minat dan persepsi pengusaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha UMKM di Kota Jambi. Secara simultan variabel minat dan persepsi pengusaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha UMKM di Kota Jambi.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat memberikan saran dan masukan kepada pihak-pihak terkait dan tertentu sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian ini diharapkan lebih ditingkatkan lagi terutama prinsip masyarakat dalam memulai usaha khususnya bidang UMKM agar semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat tentang UMKM Dengan adanya sosialisasi yang maksimal maka akan meningkatkan minat masyarakat untuk melakukan pengembangan usaha UMKM
2. Sumber daya manusia sangat penting dimiliki oleh semua pengusaha UMKM sehingga dapat meningkatkan kemampuan dan keterampilan dalam mengembangkan usaha UMKM sehingga seluruh stakeholders suatu lembaga bisa bekerja secara teratur dan tepat waktu.

DAFTAR REFERENSI

Artikel Jurnal (satu, dua, atau lebih dari dua penulis)

Trendilmu, <http://www.trendilmu.com/2015/09/pengertian.minat.dan.faktor.yang.mempengaruhi.minat.seo.html>

Buku Teks

Abdul Salam, *Sustainability Lembaga Keuangan Mikro: Koperasi Simpan Pinjam*, (Yogyakarta: Salemba, 2008).

A.Djazuli, *Fiqh Siyasah: Implementas Kemaslahatan Umat dalam Rambu-rambu Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009).

Ahmad Susanto, *Teori Perkembangan Ekonomi Manusia*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013).

Ronny Kuantur, *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, Jakarta: PPM, 2007).

Syofian Siregar. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012).

Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi teori Pengantar*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005).

Tulus Tambunan, *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Di Indonesia*, (Jakarta: LP3ES, 2012)