

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PELAKU UMKM BERGABUNG DENGAN RUMAH KREATIF BUMN GUNUNG SITOLI

Perlindungan Faebuadodo Hulu

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Nasional

(STIE PEMBNAS) Nias

Email: perlinhl@gmail.com

Abstrak

Kemampuan mengambil keputusan yang efektif merupakan persyaratan dasar, baik untuk keberhasilan yang profesional maupun untuk tujuan pribadi pelaku UMKM atau konsumen. Keputusan yang efektif diharapkan dapat menghasilkan keadaan yang diharapkan dan diinginkan. Dalam pengambilan keputusan, ada hubungan langsung antara banyaknya diskusi yang diambil sebelum keputusan tersebut diambil dengan partisipan yang terlibat dalam diskusi. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor internal individu terhadap keputusan pelaku UMKM bergabung dengan Rumah Kreatif BUMN Gunungsitoli. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif yang merupakan nilai-nilai dari perubahan yang dapat dinyatakan dalam angka (scoring). Penelitian ini diolah dengan analisis regresi yang merupakan metode analisis yang dapat digunakan untuk menganalisis data dan mengambil kesimpulan tentang variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Dari perhitungan koefisien korelasi didapatkan hasil, variabel faktor internal individu (X) berpengaruh positif terhadap keputusan pelaku UMKM (Y) bergabung dengan Rumah Kreatif BUMN Gunungsitoli. Hal ini dibuktikan dari hasil perolehan nilai korelasi yang lebih besar dari nilai ttabel dan nilai probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, dan mempunyai derajat hubungan korelasi sedang. Variabel faktor internal individu (X) mempunyai pengaruh terhadap keputusan pelaku UMKM (Y) bergabung dengan Rumah Kreatif BUMN Gunungsitoli. Hal ini dibuktikan dari hasil perolehan nilai thitung yang lebih besar dari nilai ttabel dan nilai probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM bergabung dengan Rumah Kreatif BUMN Gunungsitoli. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pentingnya pemahaman faktor internal individu bagi pelaku UMKM dan pengelola Rumah Kreatif BUMN Gunungsitoli atas keputusan dalam menggunakan produk/jasa yang ditawarkan

Kata kunci: faktor internal individu, keputusan

Abstract

The ability to make effective decisions is a basic requirement, both for professional success and for the personal goals of MSME actors or consumers. Effective decisions are expected to produce expected and desired conditions. In decision making, there is a direct relationship between the number of discussions that were taken before the decision was taken and the participants involved in the discussion. The purpose of this study is to determine the influence of individual internal factors on the decision of MSME actors to join the Gunungsitoli BUMN Creative House. The type of research used is quantitative research which is the values of changes

that can be expressed in numbers (scoring). This research is processed by regression analysis which is an analytical method that can be used to analyze data and draw conclusions about the independent variable (X) and the dependent variable (Y). From the calculation of the correlation coefficient, the results show that individual internal factor variables (X) have a positive effect on the decision of MSME actors (Y) to join the Gunungsitoli BUMN Creative House. This is evidenced from the results of the acquisition of a correlation value that is greater than the ttable value and a significance probability value of $0.000 < 0.05$, and has a moderate degree of correlation. Individual internal factor variables (X) have an influence on the decision of MSME actors (Y) to join Gunungsitoli SOE Creative House. This is evidenced from the results of the acquisition of a tcount value which is greater than the ttable value and a significance probability value of $0.000 < 0.05$, meaning that it partially has a positive and significant effect on the decision of MSME actors to join the Gunungsitoli BUMN Creative House. From these results it can be concluded that the importance of understanding individual internal factors for MSME actors and managers of the Gunungsitoli BUMN Creative House for decisions in using the products/services offered.

Keywords: *individual internal factors, decisions*

PENDAHULUAN

Rumah Kreatif BUMN merupakan program dari pemerintah yang diinisiatif oleh Kementerian BUMN untuk pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sebagaimana diamanatkan oleh Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN Pasal 2 Ayat (1) huruf e yang disebutkan bahwa salah satu maksud dan tujuan pendirian BUMN adalah turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi dan masyarakat.

Di Rumah Kreatif BUMN Gunungsitoli para pelaku UMKM akan diberi pelatihan dan pembinaan bagaimana cara mendapatkan kualitas bahan baku yang baik, cara mengembangkan produk, membuat kemasan dan merek atau brand yang unik pada produk mereka sendiri, hingga bagaimana cara mengakses pasar yang lebih luas melalui penjualan online. Semua pelatihan dan pembinaan tersebut juga tidak dipungut biaya apapun.

Di Gunungsitoli sendiri telah berdiri satu Rumah Kreatif BUMN

yang berada di bawah naungan PT. Telekomunikasi Indonesia yang diberi nama Rumah Kreatif BUMN Gunungsitoli. Rumah Kreatif BUMN Gunungsitoli sendiri mulai diterapkan sejak April 2019 dan sekaligus menjadi penanggung jawab dalam berjalannya program Rumah Kreatif BUMN di Kota Gunungsitoli. Rumah Kreatif BUMN Gunungsitoli sebagai pusat data dan informasi, pusat edukasi, pengembangan, dan digitalisasi sektor UMKM yang berkomitmen mendukung penuh peningkatan kualitas UMKM di Gunungsitoli melalui pemanfaatan teknologi digital.

Di Rumah Kreatif BUMN Gunungsitoli para pelaku UMKM akan diberi pelatihan dan pembinaan bagaimana cara mendapatkan kualitas bahan baku yang baik, cara mengembangkan produk, membuat kemasan dan merek atau brand yang unik pada produk mereka sendiri, hingga bagaimana cara mengakses pasar yang lebih luas melalui penjualan online. Semua pelatihan dan pembinaan tersebut juga tidak dipungut biaya apapun.

Yang menjadi anggota Rumah Kreatif BUMN Gunungsitoli yang berdomisili di Gunungsitoli dan terdiri dari pelaku usaha antara lain usaha jasa, makanan dan minuman, *fashion*/busana dan *craft*/kerajinan tangan. Mereka adalah pelaku UMKM yang ingin memperluas jangkauan produknya tapi masih minim bekal dengan hal tersebut, maka dengan hadirnya Rumah Kreatif BUMN Gunungsitoli ini merupakan kesempatan yang baik bagi pelaku UMKM di Gunungsitoli untuk mengembangkan *skill* sehingga dapat meningkatkan usaha atau bisnis mereka. Berikut ini adalah data anggota binaan Rumah Kreatif BUMN Gunungsitoli:

Tabel 1.1

Jumlah anggota RKB Gunungsitoli berdasarkan periode

No.	Periode	UM KM
1.	Mei – Desember 2019	33
2.	Januari – Desember 2020	67
3.	Januari – Mei 2021	100
Jumlah		200

Sumber: Rumah Kreatif BUMN Gunungsitoli, (2021)

Dari tabel 1.1 terlihat bahwa jumlah pelaku UMKM yang bergabung atau menjadi anggota Rumah Kreatif BUMN bertambah dari waktu ke waktu, ini menandakan bahwa Program yang ditawarkan Rumah Kreatif BUMN Gunungsitoli direspon positif oleh pelaku UMKM sehingga memutuskan bergabung dengan Rumah Kreatif BUMN Gunungsitoli.

Dari data tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian guna mengetahui apakah factor yang

memperengaruhi keputusan pelaku UMKM bergabung dengan Rumah Kreatif BUMN Gunungsitoli. Untuk membatasi ruang lingkup masalah yang terlalu luas atau lebar, maka penelitian itu lebih bisa fokus pada faktor internal individu dan keputusan pelaku UMKM yang bergabung dengan Rumah Kreatif BUMN Gunungsitoli

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor internal individu terhadap keputusan pelaku UMKM bergabung dengan Rumah Kreatif BUMN Gunungsitoli.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif yang merupakan nilai-nilai dari perubahan yang dapat dinyatakan dalam angka (*scoring*). Dalam penelitian kuantitatif, biasanya peneliti melakukan suatu variabel dengan menggunakan instrumen penelitian.

Penelitian ini diolah dengan analisis regresi yang merupakan metode analisis yang dapat digunakan untuk menganalisis data dan mengambil kesimpulan tentang variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

Populasi penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM yang telah bergabung dengan RKB Gunungsitoli hingga mei 2021 yang berjumlah 200 orang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representative (mewakili).

Penelitian ini dilakukan kepada pelaku UMKM yang telah menjadi anggota binaan Rumah Kreatif BUMN Gunungsitoli dengan jumlah populasi 200 orang. Hal ini berdasarkan tabel perhitungan sampel yang telah dikembangkan oleh Isaac dan Michael dalam Sugiyono (2015), diketahui bahwa dengan jumlah populasi sebanyak 200 dan taraf kesalahan 10%. Berikut perhitungan sampel dari populasi tersebut:

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan:

S = Jumlah sampel

λ^2 = Chi Kuadrat yang harganya tergantung harga kebebasan dan tingkat kesalahan. Untuk derajat kebebasan 1 dan kebebasan 5% harga Chi Kuadrat = 3,841. Harga Chi Kuadrat untuk kesalahan 1% = 6,634 dan 10% = 2,706.

N = Jumlah Populasi

P = Peluang benar (0,5)

Q = Peluang salah (0,5)

d = Perbedaan antara rata-rata sampel dengan rata-rata populasi. Perbedaan bisa 0,01; 0,05, dan 0,10.

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$s = \frac{2,706 \cdot 208 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2 (208-1) + 2,706 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$s = \frac{135,30}{2,6665}$$

$$s = 50,74067$$

Maka sampelnya sebanyak 50,74067, sehingga dapat dibulatkan menjadi 50 orang.

Pada penelitian ini digunakan beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu:

1. Observasi

Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2017:145), mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses pengamatan dan ingatan.

Observasi yang digunakan adalah observasi terstruktur, yaitu observasi yang telah dirancang secara sistematis, tentang apa yang akan diamati, kapan dan di mana tempatnya. Observasi dilakukan untuk memperoleh informasi yang diperlukan.

2. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2017: 142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Kuesioner dalam penelitian ini adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk menggali informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pelaku UMKM bergabung dengan Rumah Kreatif BUMN Gunungsitoli. Sampel kuesioner yang diperoleh dari hasil penetapan secara acak (*simple random sampling*) yang berjumlah 50 responden yang merupakan anggota binaan Rumah Kreatif BUMN Gunungsitoli. Dalam hal ini, responden diminta untuk menjawab pertanyaan dengan memilih dari sejumlah alternatif berdasarkan skala likert dengan skala penilaian mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata sangat setuju, setuju, normal, tidak setuju, dan sangat tidak setuju

TEKNIK ANALISA DATA

Analisa data merupakan bagian yang amat penting dalam metode ilmiah, karena dengan analisa, data tersebut dapat diberi arti dan makna. Hasil analisa tersebut sangat berguna dalam memecahkan masalah penulisan dan hal ini dapat ditempuh melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. Pengolahan Angket

Angket pada penelitian ini merupakan angket tertutup, dengan alternatif jawaban dalam angket ini ditetapkan skor yang diberikan untuk masing-masing pilihan dengan menggunakan modifikasi skala *likert*.

Tabel 3.1

Alternatif Jawaban Angket

Positif		Negatif	
Kategori	Skor	Kategori	Skor
Sangat Setuju	5	Sangat Setuju	1
Setuju	4	Setuju	2
Ragu-ragu	3	Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	4
Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Tidak Setuju	5

Sumber: Sugiyono (2017: 93)

2. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk menunjukkan tingkat keandalan atau ketepatan suatu alat ukur. Validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan adalah kuesioner. Untuk mencari validitas, harus mengkorelasikan skor dari setiap pertanyaan dengan skor total seluruh pertanyaan. Jika memiliki koefisien korelasi lebih besar dari 0,3 maka dinyatakan valid tetapi jika koefisiennya korelasinya dibawah 0,3 maka dinyatakan tidak valid. Dalam mencari nilai korelasi, maka penulis menggunakan rumus *Pearson Product Moment*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N\sum X^2 - (\sum X)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Dimana:

R_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

N = Jumlah responden

$\sum X$ = Jumlah skor item instrumen

$\sum Y$ = Jumlah total skor jawaban

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total skor jawaban

$\sum XY$ = Jumlah perkalian skor jawaban suatu item dengan total skor

Angka yang diperoleh harus dibandingkan dengan standar nilai korelasi validitas, menurut Sugiyono (2017:125) nilai standar dari validitas adalah sebesar 0,3. Jika angka korelasi yang diperoleh lebih besar daripada nilai standar maka pertanyaan tersebut valid (signifikan).

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan teknik belah dua ganjil-genap dan mengelompokkan skor butir bernomor ganjil sebagai belahan pertama dan kelompok skor butir

bernomor genap sebagai belahan kedua, menurut Sugiyono (2017:131) dengan menggunakan rumus *Spearman Brown* sebagai berikut:

$$r_i = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

dimana:

r_i = reliabilitas internal seluruh instrumen

r_b = Korelasi *product moment* antara belahan pertama dan kedua.

4. Koefisien Korelasi

Teknik yang digunakan dalam penganalisaan data penulisan ini adalah teknik korelasi dengan menggunakan korelasi *product moment*. Analisa korelasi *product moment* berguna untuk menentukan suatu besar yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lainnya. (Sugiyono: 2017, 183)

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi antar butir soal dengan skor total

N = jumlah responden

X = variabel x

Y = variabel y

Untuk melihat tingkat kuatnya hubungan suatu variabel dengan variabel lainnya, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.2
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,6 – 0,799	Kuat
0,8 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, (2017:184)

5. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dimanfaatkan untuk mengetahui persentase kontribusi variabel X terhadap Y. Disebut juga koefisien penentu dilambangkan dengan K.D. maka pada penulisan ini koefisien determinasi digunakan untuk mengukur derajat pengaruh variabel X terhadap Y.

Koefisien determinasi dicari dengan rumus, sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

6. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui kehandalan korelasi r digunakan statistik t dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r(n-2)}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

dengan dk = n - 2

Keterangan:

t = hitung

r = simbol angka korelasi *product moment*

dk = derajat kebebasan (db) atau *degree of freedom* (df)

n = besar sampel

2 = bilangan konstan

1 = bilangan konstan

Hasil perhitungan ini selanjutnya dibandingkan dengan t_{tabel} dengan menggunakan tingkat kesalahan 5% uji dua pihak dan $dk = n - 2$, kriteria sebagai berikut:

- H_0 diterima bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$

- H_0 ditolak bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 25 dengan koefisien korelasi harus lebih besar dari standar nilai korelasi

validitas yaitu sebesar 0,3. Jika angka korelasi lebih besar dari nilai standar maka pertanyaan tersebut valid (signifikan). Dari hasil perhitungan Faktor Internal Individu (variabel X), disimpulkan bahwa angka korelasi dari pernyataan 1 s.d. 15 dari variabel lebih besar dari standar nilai korelasi sebesar 0,3, sehingga semua pernyataan memenuhi syarat atau valid. Sedangkan hasil perhitungan Keputusan Pelaku UMKM (Variabel Y) disimpulkan bahwa angka korelasi dari pernyataan 16 s.d. 28 dari variabel lebih besar dari standar nilai korelasi sebesar 0,3, sehingga semua pernyataan memenuhi syarat atau valid.

Pada penelitian ini, uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 25 dengan metode *split half*, hasilnya bisa dilihat dari nilai *correlation between forms*, apabila nilai korelasinya lebih besar dari nilai standar korelasi atau $r_b \geq 0,7$ maka item tersebut reliabel. Kemudian nilai korelasi tersebut dimasukkan kedalam rumus *Spearman Brown* yang menghasilkan nilai realibilitas internal (r_i). Dengan membandingkan nilai r_i pada $\alpha = 0,05$, dengan ketentuan $r_i \geq r_{tabel}$. Hasil uji reliabilitas Faktor Internal Individu (variabel X) terlihat nilai $r_i > r_{tabel}$ yaitu $0,825 > 0,279$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan 1 s.d. 15 dari variabel memenuhi syarat atau reliabel.

Tabel 4.4
Hasil Uji Realibilitas Faktor Internal Individu

Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.703
		N of Items	8 ^a
	Part 2	Value	.580
		N of Items	7 ^b
Total N of Items			15
Correlation Between Forms			.702
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.825
	Unequal Length		.825
Guttman Split-Half Coefficient			.813
a. The items are: p1, p3, p5, p7, p9, p11, p13, p15.			
b. The items are: p15, p2, p4, p6, p8, p10, p12, p14.			

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 25, (2020)

Sedangkan Keputusan Pelaku UMKM (Y) Hasil uji reliabilitas terlihat nilai r_b sebesar $0,853 > 0,7$ dan nilai $r_i > r_{tabel}$ yaitu $0,921 > 0,279$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan 16 s.d. 28 dari variabel memenuhi syarat atau reliabel.

Tabel 4.5
Hasil Uji Realibilitas Keputusan Pelaku UMKM

Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.827
		N of Items	7 ^a
	Part 2	Value	.756
		N of Items	6 ^b
Total N of Items			13
Correlation Between Forms			.853
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.921
	Unequal Length		.921
Guttman Split-Half Coefficient			.894
a. The items are: P17, P19, P21, P23, P25, P27, p16.			
b. The items are: p16, P18, P20, P22, P24, P26, P28.			

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 25, (2020)

Hasil Uji koefisien korelasi (r) didapat nilai $r_{xy} > r_{tabel}$, yaitu $0,539 > 0,279$, nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai r_{xy} berada pada derajat hubungan sedang. Dapat disimpulkan bahwa faktor internal individu (X) berhubungan positif terhadap keputusan pelaku UMKM (Y) dengan derajat hubungan korelasi sedang.

Tabel 4.6
Hasil Uji Korelasi

Correlations			
		total_y	total_x
total_y	Pearson Correlation	1	.539**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	50	50
total_x	Pearson Correlation	.539**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 25, (2020)

Hasil Uji Koefisien Determinasi diketahui bahwa koefisien korelasi determinasi sebesar 29,10 % faktor internal individu terhadap pengambilan keputusan pelaku UMKM, sedangkan 70,9 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak turut dibahas dalam penelitian ini.

Tabel 4.7
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.539 ^a	.291	.276	5.392

a. Predictors: (Constant), total_x

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 25, (2020)

Sebelum menyimpulkan hipotesis yang diterima, terlebih dahulu menentukan t_{tabel} dengan taraf 5% atau 0,05, dengan derajat kebebasan $df = n - k = 50 - 2 = 48$, serta dengan menggunakan *two tail test* maka dapat ditentukan t_{tabel} pada penelitian ini sebesar 2,021. Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai t_{hitung} variabel faktor internal individu (X) sebesar 4,439 lebih besar dari t_{tabel} 2,021 dengan nilai probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, maka hipotesis yang menyatakan faktor internal individu secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM bergabung dengan Rumah Kreatif BUMN Gunungsitoli dengan kata lain H_a diterima atau H_0 ditolak.

Tabel 4.8
Hasil Uji Parsial (T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.741	12.365		.060	.952
	total_x	.793	.179	.539	4.439	.000

a. Dependent Variable: total_y

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 25, (2020)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa dari perhitungan koefisien korelasi di atas, variabel faktor internal individu (X) berpengaruh positif terhadap keputusan pelaku UMKM (Y) bergabung dengan Rumah Kreatif BUMN Gunungsitoli. Hal ini dibuktikan dari hasil perolehan nilai korelasi sebesar 0,539 yang lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu sebesar 0,279 dan nilai probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, dan

mempunyai derajat hubungan korelasi sedang. Pada variabel faktor internal individu (X) mempunyai pengaruh terhadap terhadap keputusan pelaku UMKM (Y) bergabung dengan Rumah Kreatif BUMN Gunungsitoli. Hal ini dibuktikan dari hasil perolehan nilai thitung sebesar 4,439 yang lebih besar dai nilai ttabel yaitu sebesar 2,021 dan nilai probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM bergabung dengan Rumah Kreatif BUMN Gunungsitoli.

Penulis menyarankan untuk lebih memahami dan menganalisa perilaku konsumen termasuk kebutuhan pelaku UMKM agar dapat menarik minat dari pelaku UMKM lain untuk bergabung dengan Rumah Kreatif BUMN dan juga untuk terus meningkatkan kinerja Rumah Kreatif BUMN sendiri

DAFTAR PUSTAKA

- Damiati, *et al*, 2017. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Firmansyah, M. Anang., 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Irham, Fahmi, 2016. *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Kelvin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*. Pearson Education, Inc.
- Nana, *et al*, 2020. *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi, 2015. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nugroho, J. Setiadi, 2019. *Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Salusu, J, 2015. *Pengambilan Keputusan Stratejik*. Jakarta: Grasindo
- Sangadji, Etta Mamang, 2017. *Perilaku Konsumen; Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset
- Santosa, Setyanto P, 2017. *Untold Story IPO Telkom di NYSE dan BEJ*. Jakarta: Rayyana Komunikasindo.
- Sari, Febrina, 2018. *Metode dalam Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2015. *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*. Bogor: IPB Press, 2019. *Rumah Kreatif BUMN*. Jakarta.
- Tahir Muh.2011. *Pengantar Metodologi Penelitian Pendidikan*. Universitas Muhammadiyah Makassar
- Trisnawati. 2011. *Akuntansi untuk Koperasi dan UKM*. Jakarta: Salemba Empat
- Undang-Undang nomor 17 tahun 2012 tentang Perkoperasian.
- Winarno, Surakhmad. 2004. *Pengantar Penelitian Ilmiah, Dasar, Metode, dan Teknik*. Tarsito, Bandung.
- <https://id.wikipedia.org/wiki/CreditUnion>, diunduh pada 04 Juni 2021.
- WOCCU. 2003. www.woccu.org. diakses pada tanggal 02 Juni 2021

