

**PENGARUH MODAL USAHA, STRATEGI PEMASARAN DAN PELAYANAN
PRIMA TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM
(Studi Kasus pada Reparasi Sepeda Motor di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman)**

Dwi Rahayu

*Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta
dwi.rahayu2015@student.uny.ac.id*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal usaha, strategi pemasaran dan pelayanan prima terhadap perkembangan UMKM sektor reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman, secara parsial dan simultan. Populasi dalam penelitian ini digunakan seluruhnya yaitu 36 pelaku usaha reparasi sepeda motor. Pengumpulan data dengan menggunakan angket dan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menyatakan bahwa, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara modal usaha, strategi pemasaran dan pelayanan prima terhadap perkembangan UMKM sektor reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman, baik secara parsial dan secara simultan. Perkembangan UMKM sektor reparasi sepeda motor dipengaruhi oleh modal usaha, starategi pemasaran dan pelayanan prima sebesar 63, 8%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: Modal Usaha, Pelayanan Prima, Perkembangan UMKM, Sepeda Motor, Strategi Pemasaran

**THE EFFECT OF BUSINESS CAPITAL, MARKETING STRATEGY AND
EXCELLENT SERVICE OF THE DEVELOPMENT OF MSME
(Case Study on the Motorcycle Reparation in Pakem Subdistrict of Sleman)**

Abstract: This study was aimed to determine the effect of business capital, marketing strategy and excellent service on the development of motorcycle reparation sector MSMEs in Pakem subdistrict of Sleman, both partially and simultaneously. The populations in this research were 36 motorcycly businessman. The data were taken using questionnaire and the data analysis technique used multiple linear regression analysis. The results showed that, there there was a positive and significant effect of business capital, marketing strategy and excellent service on the development of motorcycle reparation sector MSMEs in Pakem subdistrict of Sleman, both partially and simultaneously. The development of motorcycle reparation sector MSMEs is affected by business capital, marketing strategy and excellent service by 63, 8%, while others are influenced by other variabel.

Keywords: Business Capital, Excellent Service, MSMEs Development, Motorcycle, Marketing Strategy

PENDAHULUAN

Sleman merupakan kabupaten dengan lembaga pendidikan yang cukup banyak, tempat wisata, tempat belanja dan tempat - tempat yang menarik untuk dikunjungi. Tak heran jika jumlah lapangan usaha reparasi kendaraan bermotor cukup banyak, hal ini karena tingginya mobilitas masyarakat. Jumlah unit usaha jenis sektor reparasi kendaraan bermotor dan tidak bermotor di Kabupaten Sleman berdasarkan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman sebanyak 1733 unit dari keseluruhan UMKM sebanyak 31.224 unit. Angka tersebut cukup fantastis, namun masih banyak UMKM yang belum terdaftar di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah Kabupaten Sleman. Hal tersebut terjadi karena rendahnya kesadaran pelaku UMKM untuk mendaftarkan usahanya. Dari 1733 unit usaha tersebut tersebar di 17 kecamatan di Kabupaten Sleman seperti Ngaglik (36, 41%), Sleman (7, 5%), Gamping (6, 29%), Tempel (8, 42%), Cangkringan (3, 64%), Pakem (3, 23%), Turi (4, 44%) dan sisanya kecamatan lain (24, 65%).

Informasi mengenai total UMKM sektor kendaraan bermotor dan tidak bermotor sebanyak 1733 unit usaha tersebut terbagi dalam beberapa jenis seperti, reparasi sepeda motor, reparasi mobil, las, dan jenis lainnya. Dari beberapa jenis usaha reparasi tersebut, penulis hanya akan mengambil salah satu saja yaitu usaha reparasi sepeda motor. Pertimbangan dalam menentukan reparasi sepeda motor yang dijadikan objek penelitian adalah jumlah pertumbuhan sepeda motor yang terus meningkat dengan kuantitas yang lebih banyak jika dibandingkan dengan jenis kendaraan yang lain. Selain itu, pada penelitian ini juga akan mengambil salah satu kecamatan yaitu Kecamatan Pakem. Kecamatan Pakem merupakan wilayah paling utara di Kabupaten Sleman selain Cangkringan dan Turi, dimana wilayah ini adalah jalur pariwisata menuju Kaliurang, Museum Gunung Merapi, Museum Ulen Sentalu, Merapi Park dan Kali Adem. Tentunya wilayah ini selalu dilalui kendaraan bermotor baik itu wisatawan ataupun masyarakat lokal asli Pakem.

Pertumbuhan UMKM sektor reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem secara kuantitas meningkat berdasarkan pengamatan penulis, dan pernyataan ini benar adanya karena penulis adalah penduduk asli Pakem. Pertumbuhan UMKM sektor reparasi sepeda motor ini mayoritas menjamur di tepi - tepi jalan di Kecamatan Pakem seperti, Jalan Pakem - Turi, Jalan Kaliurang, Jalan Tentara Pelajar dan jalan - jalan yang berada di dalam pedesaan terkhusus pada jalur alternatif menuju Kaliurang, Museum Gunung Merapi dan wisata lainnya seperti, Jalan Kali Boyong dan Jalan Watu Gendong. Banyaknya jumlah kendaraan bermotor yang memasuki wilayah Kecamatan Pakem ini belum menjamin terjadinya perkembangan UMKM sektor reparasi sepeda motor. Perkembangan ini sering kali dimaknai keberhasilan. Dalam Badini (2018: 35) mengemukakan untuk konsep keberhasilan itu sendiri sulit dipahami. Keberhasilan suatu usaha sangat bergantung pada konteks atau berasal dari kombinasi keuntungan. Pada pemahaman dasar keberhasilan dalam bisnis disamakan dengan kriteria keuangan seperti *profitability* dan jumlah karyawan. Namun pada penafsiran lain, keberhasilan UMKM lebih berorientasi pada kinerja keuangan.

Perkembangan UMKM sektor reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem menghadapi beberapa masalah, salah satunya adalah modal usaha yang disediakan pelaku UMKM reparasi sepeda motor. Permodalan merupakan masalah krusial yang dihadapi oleh UMKM saat ini.

UMKM masih menghadapi kendala - kendala dalam penambahan modal, baik itu modal kerja maupun modal investasi. Namun kesulitan modal ini telah diberi solusi oleh pemerintah melalui program KUR atau Kredit Usaha Rakyat yang ditujukan untuk UMKM. Tujuan adanya KUR ini untuk memperluas akses kredit perbankan bagi UMKM yang produktif, layak namun belum *bankable* (Hartono, 2014: 19).

Modal usaha yang harus disediakan oleh pelaku usaha setidaknya memenuhi standar dalam mendirikan usaha reparasi sepeda motor. Pada artikel yang ditulis oleh Akbar (2017) mengatakan bahwa dalam mendirikan usaha reparasi sepeda motor terdapat perlengkapan yang harus disediakan dan dua jenis peralatan yang harus ada yaitu peralatan umum dan peralatan khusus. Jika diwujudkan dalam bentuk uang maka membutuhkan biaya minimal sebesar Rp 12.585.000,00 di luar biaya bangunan jika milik sendiri dan dengan tambahan biaya sewa jika tempat usaha menyewa. Namun dalam kenyataannya, UMKM sektor reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem ada yang menyediakan modal di bawah nominal Rp 12.585.000,00. Dengan kenyataan seperti ini penulis merasa tertarik untuk menelitinya, apakah dengan modal di bawah standar atau modal di atas standar itu berpengaruh pada perkembangan UMKM sektor reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem.

Selain masalah modal usaha, dalam meningkatkan omzet usaha, pelaku usaha perlu menggunakan strategi pemasaran dalam mengembangkan usahanya. Pemasaran merupakan masalah yang dihadapi oleh usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia. Apalagi jaman sekarang teknologi sudah berkembang, pemasaran sebenarnya dapat dengan mudah menggunakan *E-commerce*, tapi kebanyakan UMKM belum mampu sepenuhnya mengadopsi *E-commerce* karena kurangnya kesiapan teknologi (Syuhada, 2013: 446). Selain dengan *E-commerce*, media sosial saat ini juga dapat digunakan dalam melakukan pemasaran. Penggunaan media cetak, radio, televisi, Facebook, log, Twitter, YouTube, dan situs - situs lain merupakan cara untuk mencapai target pemirsa (Key, 2017: 325). Akan tetapi pemasaran yang dilakukan UMKM sektor reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem masih terbelang tradisional. UMKM ini hanya mengandalkan siapa yang lewat saja dan pemasaran mulut kemulut. Hal tersebut sangat jauh dari pemasaran yang seharusnya, sehingga strategi pemasaran ini menarik untuk diteliti, bagaimana para pelaku usaha ini merencanakan pemasarannya dan apakah berpengaruh terhadap perkembangan usahanya.

Selain dua hal di atas yaitu, modal dan pemasaran, masih ada satu lagi yang menarik untuk diteliti yaitu masalah pelayanan prima. Pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa atau pelaku usaha reparasi sepeda motor belum mencapai pelayanan yang prima. Pelayanan yang diberikan hanya berfokus pada sepeda motor itu sendiri, sedangkan untuk pemilik sepeda motor atau pelanggan kurang diperhatikan. Hal tersebut dapat dilihat pada fasilitas tempat tunggu untuk pelanggan yang hanya sebuah kursi kayu yang penting bisa untuk duduk, ditambah dengan kipas angin alami. Belum lagi jika mekanik yang menangani merokok, pasti tentu sangat mengganggu kenyamanan. Padahal fokus pelayanan prima adalah membuat hati konsumen puas yang kemudian diharapkan bisa loyal. Menurut Ka - shing Woo (2004: 2) pelayanan berkualitas dapat dibagi menjadi dua dimensi generik; kualitas teknis (apa yang disediakan) dan kualitas fungsional (bagaimana layanan disediakan), sehingga dapat menghasilkan kualitas gambar (reputasi kualitas organisasi). Dalam jurnal lain yang ditulis oleh Yi-Chieh Wang (2017: 90) mengatakan pelayanan yang menyenangkan meliputi empat kategori yaitu menyesuaikan perilaku konsumen, keterampilan profesional, gaya komunikasi terbuka dan perilaku tulus dan ramah. Dengan begitu

penulis tertarik untuk mengambil variabel pelayanan prima dijadikan penelitian terhadap perkembangan UMKM sektor reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem.

Masalah di atas berpengaruh pada perkembangan UMKM sektor reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem. Dalam hal perkembangan UMKM, sebenarnya banyak faktor yang berpengaruh perkembangan UMKM, namun kali ini penulis hanya mengambil tiga masalah saja karena penulis sadar akan keterbatasan yang dimiliki. Tiga permasalahan tersebut akan digunakan sebagai variabel penelitian yang akan dilakukan di Kabupaten Sleman terhadap perkembangan UMKM terutama sektor reparasi sepeda motor.

Untuk wilayah Kecamatan Pakem, menurut data yang diperoleh dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman, terdapat empat kelurahan dengan jumlah populasi usaha sektor sepeda motor dan tidak bermotor sebanyak 56 unit usaha dengan jumlah usaha reparasi sepeda motor sebanyak 44 unit usaha. Dari 44 unit usaha sepeda motor terdapat kurang lebih ada 33 unit usaha reparasi sepeda motor berjenis sepeda motor. Dari 33 unit usaha tersebut ada yang sudah tutup dan ada juga yang masih baru, sehingga data yang benar sebanyak 36 unit usaha yang didominasi oleh usaha mikro dan kecil. Dengan latar belakang di atas, peneliti mengambil judul “Pengaruh Modal Usaha, Strategi Pemasaran, dan Pelayanan Prima Terhadap Perkembangan UMKM Sektor Reparasi Sepeda Motor di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan jenis penelitian kausal asosiatif. Penelitian ini bermaksud mencari hubungan sebab akibat antara variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu modal usaha, strategi pemasaran dan pelayanan prima terhadap perkembangan UMKM sektor reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman. Penelitian dilakukan di Kabupaten Sleman tepatnya di Kecamatan Pakem. Populasi yang digunakan sebanyak 36 usaha reparasi sepeda motor dengan pelaku usaha menjadi subjek penelitiannya. Dalam penelitian ini tidak melakukan pengambilan sample karena penelitian ini menggunakan model *one shoot study case*. Teknik pengambilan data menggunakan angket dengan skala *likret* empat pilihan. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan analisis deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan teknik analisis linier berganda untuk membuktikan hipotesis yang telah ditentukan. Adapun hasil dari analisis dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (B)	Sig.	Simpulan
Modal Usaha	2, 353E-8	0, 010	Signifikan
Strategi Pemasaran	0, 592	0, 007	Signifikan
Pelayanan Prima	0, 593	0, 002	Signifikan
Konstanta = -5, 244			
$R^2 = 0, 638$			
$F_{hitung} = 18, 816$			
$F_{tabel} = 2, 92$			
Sig. = 0, 000			

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dapat diketahui persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -5, 244 + (2, 353E-8)X_1 + 0, 592X_2 + 0, 593X_3$$

Berdasarkan informasi di atas dapat dikatakan bahwa pengaruh yang diberikan oleh variable X yang meliputi modal usaha, strategi pemasaran dan pelayanan prima sebesar 63, 8% terhadap variabel Y yaitu perkembangan UMKM sector reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain di luar penelitian ini. Adapun untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh masing - masing variabel X terhadap variabel Y maka penulis melakukan perhitungan sumbangan relatif (SR) dan sumbangan efektif (SE). Berikut ini tabel hasil perhitungan SR dan SE.

Tabel 2. Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif

Variabel	SE	SR
Modal Usaha	7, 9 %	12, 32 %
Strategi Pemasaran	24, 9 %	39, 04 %
Pelayanan Prima	31 %	48, 64 %

Berdasarkan tabel hasil perhitungan di atas dapat dikatakan bahwa variabel pelayanan prima memberikan pengaruh lebih dominan terhadap perkembangan UMKM sektor reparasi sepeda motor jika dibandingkan dengan variabel lainnya yaitu modal usaha dan strategi pemasaran.

1. Pengaruh Modal Usaha Terhadap Perkembangan UMKM Sektor Reparasi Sepeda Motor di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman.

Modal usaha yang disediakan oleh para pelaku usaha reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem berasal dua sumber yaitu, modal sendiri dan pinjaman. Modal yang disiapkan pun mayoritas tergolong rendah. Dari 36 pelaku usaha sebanyak 94, 4% bermodalkan rendah. Usaha reparasi sepeda motor ini di dominasi oleh usaha mikro sebanyak 19 (52, 8%). Untuk usaha kecil sebanyak 16 atau 44, 4% dan hanya ada 1 usaha yang masuk dalam usaha menengah.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM. Hal tersebut dikarenakan koefisien regresi berstatus positif dan nilai signifikansi yang dihasilkan lebih kecil dari Alpha yang telah ditentukan yaitu 5% ($0,010 > 0,05$). Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa, “Terdapat pengaruh antara modal usaha terhadap perkembangan UMKM sektor reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman”, terbukti. Kontribusi pengaruh variabel modal usaha terhadap perkembangan UMKM sebesar 7,9%. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Purwanti (2012) dan Vivi Diah K (2015) yang menyatakan bahwa modal usaha memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM.

2. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Sektor Reparasi Sepeda Motor di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman.

Hasil analisis bahwa variabel strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya hasil signifikansi lebih kecil dari probabilitas 5%. Hasil yang diperoleh untuk nilai sig. sebesar 0,007 yang mana ini berarti sig. $< \alpha$ ($0,007 > 0,05$). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis yang telah ditetapkan yaitu, “Terdapat pengaruh antara strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM sektor reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman”, diterima. Sumbangan pengaruh variabel strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM sebesar 24,9%.

Pengaruh yang masuk dalam strategi pemasaran ini meliputi aspek place, product, promotion, price dan parkir. UMKM sektor reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem memiliki lokasi yang strategis yaitu di pinggir jalan umum ataupun desa. Selain itu, penyediaan fasilitas untuk pelanggan dan kendaraan pelanggan cukup memadai. Untuk aspek produk bengkel sepeda motor di Kecamatan Pakem menyediakan berbagai layanan seperti service, ganti oli, ganti aki, ganti ban, tambal ban, dan lain - lain dengan kualitas yang tidak kalah dengan bengkel - bengkel resmi. Pemasaran yang dilakukan sudah lumayan maju yaitu dengan membuat brosur dan akun media sosial. Untuk harga yang ditawarkan pada reparasi sepeda motor ini lebih murah jika dibandingkan dengan bengkel resmi. Dan pada usaha reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem ini memberikan cukup tempat untuk memarkir kendaraan. Dari aspek yang berpengaruh terhadap perkembangan UMKM tersebut masih ada dua aspek yang tidak masuk yaitu people dan professional dari keseluruhan aspek 7P.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusumaningrum (2015) yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM. Akan tetapi penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Soesatyo (2016) yang menyatakan bahwa strategi pemasaran tidak berpengaruh terhadap perkembangan UMKM, dan juga penelitian yang dilakukan oleh Purwanti (2012) yang menyatakan strategi pemasaran tidak berpengaruh terhadap perkembangan UMKM.

3. Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Perkembangan UMKM Sektor Reparasi Sepeda Motor di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan model regresi linier berganda diperoleh hasil yang mengatakan bahwa variabel pelayanan prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM. Hal ini dibuktikan dengan melihat nilai signifikansi dan t hitung. Nilai sig. yang diperoleh sebesar 0,002, dimana ini berarti nilai sig. $< \alpha$ 5% ($0,000 < 0,05$). Dengan perolehan tersebut dapat dikatakan bahwa hipotesis yang telah ditetapkan diterima yaitu, "Terdapat pengaruh antara pelayanan prima terhadap perkembangan UMKM sektor reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman". Kontribusi pengaruh yang diberikan terhadap perkembangan UMKM sebesar 31%. Kontribusi pelayanan prima ini lebih besar jika dibandingkan dengan dua variabel lainnya.

Pelayanan prima merupakan bukan pelayanan biasa atau disebut juga pelayanan yang maksimal. Pelayanan prima ini berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Dengan adanya pelanggan yang puas maka akan memicu pada loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan ini adalah sebuah kesetiaan pelanggan yang berharga. Dengan adanya loyalitas pelanggan maka dapat berpengaruh terhadap profitabilitas usaha. Sehingga dapat menimbulkan perkembangan sebuah usaha. Pada kasus pelayanan prima pada UMKM sektor reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem ini menunjukkan bahwa usaha bengkel reparasi sepeda motor ini berusaha memberikan informasi layanan yang akurat seperti kapan waktu selesai pengerjaan, apa permasalahan yang dialami kendaraan, dan kehati-hatian mekanik dalam pengerjaan agar tidak melakukan kesalahan. Selain itu, pelayanan prima yang menonjol juga yaitu adanya sigapnya mekanik jika ada keluhan, komunikasi yang efektif dan sabarnya dalam melayani pelanggan. Dalam pelayanan pengerjaan sepeda motor, usaha ini memberikan ketepatan waktu yang sesuai dengan yang telah dijanjikan. Reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem juga memberikan jaminan bahwa sumber daya manusia yang handal, profesional dan sopan. Hal ini sesuai dengan teori lima dimensi pokok dalam pelayanan prima yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithmal dan Berry (1985) dalam Tjiptono (2012: 174) yaitu, reliabilitas, daya tanggap, empati, jaminan dan bukti fisik.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Fuad Ulil Khakim (2015) yang menyatakan bahwa pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan akan memicu loyalitas pelanggan, dan juga penelitian yang dilakukan oleh Cendika Sari dan Saarse Elsy Hatane (2013) yang mengatakan bahwa pelayanan prima berpengaruh terhadap loyalitas dan loyalitas berpengaruh terhadap profitabilitas usaha.

4. Pengaruh Modal Usaha, Strategi Pemasaran dan Pelayanan Prima Terhadap Perkembangan UMKM Sektor Reparasi Sepeda Motor di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman

Berdasarkan uji F yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa modal usaha, strategi pemasaran dan pelayanan prima berpengaruh secara simultan terhadap perkembangan UMKM sektor reparasi sepeda motor. Hasil tersebut dibuktikan dengan adanya nilai signifikansi 0,000 yang berarti lebih kecil dari α 5% dan melihat pada nilai F hitung sebesar 18,816 yang berarti $F_{table} < F_{hitung}$ ($2,92 < 18,816$). Dengan hasil tersebut dapat

dikatakan bahwa hipotesis yang telah ditetapkan diterima yaitu, “ Terdapat pengaruh secara simultan antara modal usaha, strategi usaha dan pelayanan prima terhadap perkembangan UMKM sektor reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman”.

Adapun kontribusi pengaruh yang diberikan oleh modal usaha, strategi pemasaran dan pelayanan prima terhadap perkembangan UMKM sektor reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem sebesar 63, 8%. Angka tersebut berasal dari nilai S Square sebesar 0, 638 hasil dari analisis regresi linier berganda. Adapun sisanya adalah pengaruh dari faktor - faktor lain. Jika dilihat dari masing - masing variabel, diketahui juga memberikan sumbangan efektif dan sumbangan relatif. Sumbangan efektif pada variabel modal usaha sebesar 7, 9%, variabel strategi pemasaran sebesar 24, 9% dan variabel pelayanan prima sebesar 31%. Adapun sumbangann relatif pada modal usaha sebesar 12,32%, strategi pemasaran sebesar 39, 04% dan pelayanan prima sebesar 48, 64%. Dari angka - angka tersebut dapat diketahui bahwa pelayanan prima yang diberikan oleh UMKM sektor reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem berpengaruh lebih besar jika dibandingkan dengan variabel modal usaha dan strategi pemasaran. Dengan begitu, pelayanan prima dapat berhasil dalam mempengaruhi perkembangan usaha, terlebih pada peningkatan pelanggan. Seperti yang dikatakan oleh Prasetyorini (2003; 3) bahwa pelayanan prima itu artinya mempertahankan pelanggan yang lama dan menambah pelanggan yang baru.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara modal usaha terhadap perkembangan UMKM sektor reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman, dibuktikan dengan hasil probabilitas sebesar 0, 010 (lebih kecil dari alpha 5%) dan dengan kontribusi pengaruh terhadap perkembangan UMKM sebanyak 7, 9 %.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM sektor reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman, dibuktikan dengan hasil probabilitas sebesar 0, 007 (lebih kecil dari alpha 5%) dan dengan kontribusi pengaruh terhadap perkembangan UMKM sebanyak 24, 9%.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pelayanan prima terhadap perkembangan UMKM sektor reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman, dibuktikan dengan hasil probabilitas sebesar 0, 002 (lebih kecil dari alpha 5%) dan dengan kontribusi pengaruh terhadap perkembangan UMKM sebanyak 31%.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara modal usaha, strategi pemasaran, dan pelayanan prima terhadap perkembangan UMKM sektor reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman, dibuktikan dengan hasil probabilitas sebesar 0, 000 (lebih kecil dari alpha 5%) dan dengan kontribusi pengaruh terhadap perkembangan UMKM sebesar 63, 8%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang telah ditentukan.

SARAN

1. Terkait dengan modal usaha, pemilik usaha reparasi sepeda motor baiknya melakukan penambahan modal untuk membeli peralatan dan perlengkapan yang sesuai dengan standar bengkel sepeda motor. Dengan penambahan modal ini dapat mempermudah dan memperlancar dalam operasional bengkel serta meningkatkan produktifitas usaha. Untuk strategi pemasaran, pemilik usaha reparasi usaha sepeda motor baiknya menggunakan strategi pemasaran yang lebih efektif seperti membuat brosur, spanduk, dan akun media sosial agar usaha yang dibangun lebih dikenal oleh masyarakat secara umum. Selain itu, pemilik usaha dapat menambah layanan seperti pencucian motor setelah selesai dikerjakan, sehingga akan lebih menarik pelanggan. Dalam hal pelayanan prima, pemilik usaha baiknya lebih memaksimalkan pelayanan yang diberikan terutama dalam penyediaan fasilitas ruang tunggu atau tempat duduk yang disediakan untuk pelanggan. Ruang tunggu bisa dilengkapi dengan kipas angin dan kursi yang memadai. Selain itu, pemilik usaha sebaiknya lebih bersikap menyenangkan dan ramah dalam melayani pelanggan, karena dengan pelayanan yang menyenangkan, pelanggan akan merasa puas hingga nantinya diharapkan menjadi pelanggan yang loyal. Terakhir, pemilik usaha segera melakukan pendaftaran UMKM ke Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sleman. Dengan begitu, pihak dinas akan melakukan pemantauan UMKM dan memberikan informasi mengenai pelatihan - pelatihan untuk mengembangkan usaha. Dengan usaha - usaha tersebut diharapkan usaha reparasi sepeda motor dapat lebih berkembang.
2. Bagi peneliti yang akan datang disarankan meneliti dengan variabel bebas yang lain seperti lama usaha, karakteristik wirausaha, dan lainnya. Selain itu, apabila ingin melakukan penelitian serupa maka lebih baik menggunakan dua sudut pandang yaitu dari sisi pemilik usaha dan konsumen agar data yang diperoleh lebih akurat. Untuk metode penelitian bisa diganti dengan wawancara mendalam dengan pendekatan penelitian kualitatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Aulia. 2017. *Bisnis Ramadhan: Mau Buka Bengkel Motor? Ini Rincian Biaya dan Strateginya*. Diakses dari <https://www.moneysmart.id/bisnis-ramadan-maubuka-bengkel-motor-rincian-biaya-dan-strateginya/> pada 5 Mei 2019.
- Badini dkk. 2018. *Critical Success Factors for Small and Medium Forest Enterprises: A Review*. *Forest Policy and Economics* 94, 35 - 45.
- Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman. Diakses: <https://dinkopukm.slemankab.go.id/data-statistik/data-ukm/>
- Hartono. 2014. *Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM Di Surakarta*. *Jurnal Bisnis & Manajemen Vol. 14, no. 1, 2014 : 15 - 30*. Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
- Hidayati, Eka Putri dan Yoyok Soesatyo. 2016. *Pengaruh Modal Kerja Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Kerajinan Manik - Manik Kaca Desa Plumbon Gombang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang*. *Penelitian Ilmiah*. Tidak diterbitkan. Surabaya: Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya.

- Key, T.M dan A.J. Czaplewski. 2017. Upstream social marketing strategy: An integrated marketing communication approach. *Business Horizons* 60, 325 – 333.
- Kusumaningrum, Vivi Diah. 2015. Analisis Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan UMKM di Desa Bendungrejo Kecamatan Berbek Kabupaten Nganjuk. *Skripsi*. Tidak diterbitkan. Fakultas Ekonomi. Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Prasetyorini, Retno. 2003. *Pelayanan Prima*. Temanggung: SMK YP “17” Temanggung, Jawa Tengah.
- Purwanti, Endang. 2012. Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilonda Salatiga. *Jurnal Among Makarti*, Vol.5 No.9. Salatiga: STIE AMA Salatiga.
- Sari, C dan S. E. Hatane. 2013. Pengaruh Loyalitas pelanggan Terhadap Profitabilitas Pada Sebuah Perusahaan Jasa Automotive (PT “X”) di Surabaya. *Business Accounting Review*, Vol. 1, No. 2, 2013. Surabaya: Akuntansi Bisnis Universitas Kristen Petra.
- Syhada, Ahmad Ashorimuslim dan Windy Gambetta. 2013. Online Marketplace for Indonesian Micro Small and Medium Enterprises Based on Social Media. *Procedia Teknologi* 11, 446 – 454.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: ANDI
- Wang, dkk. 2017. Implementation of Delightful Services: From the Perspective of Frontline service employees. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 90 – 104.
- Woo, K dan C.T. Ennew. 2004. Measuring business to business professional service quality and its consequences. *Journal of Business Research* 58, 1178 - 1185.