

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Deskripsi Data Penelitian

1. Demografi Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di *Home Industri* Mie Soun Manjung, Klaten. *Home Industri* Mie Soun ini terletak di Desa Manjung, kecamatan Ngawen, Klaten. Penelitian ini dilakukan mulai bulan Januari – Maret 2019 dengan menyebarkan kuisioner secara langsung ke pengusaha mie soun. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh pengusaha yang memproduksi mie soun yang berjumlah 55 responden. Data – data deskriptif dari responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9. Jenis Kelamin Responden

| Jenis kelamin | Jumlah | Persentase % |
|---------------|--------|--------------|
| Laki – Laki | 38 | 69% |
| Perempuan | 17 | 31% |
| Total | 55 | 100% |

Sumber: Data diolah pada 2019

Berdasarkan tabel 9 tersebut dapat dilihat bahwa responden penelitian didominasi oleh pengusaha laki – laki yaitu berjumlah 38 orang atau sebesar 69%. Sedangkan pengusaha perempuan berjumlah 17 orang atau sebesar 31% dari jumlah keseluruhan.

Selain jenis kelamin responden, peneliti juga menunjukkan pendidikan terakhir responden. Pendidikan terakhir responden ditunjukkan pada tabel 10 berikut:

Tabel 10. Pendidikan Terakhir Responden

| Pendidikan Terakhir | Jumlah | Persentase % |
|---------------------------------|---------------|---------------------|
| Sekolah Dasar | 8 | 15% |
| Sekolah Menengah Pertama | 2 | 4% |
| Sekolah Menengah Atas/ Kejuruan | 36 | 65% |
| Diploma | 2 | 4% |
| Sarjana | 7 | 13% |
| Total | 55 | 100% |

Sumber: Data primer, diolah pada 2019

Berdasarkan tabel 10 di atas dapat dilihat bahwa pendidikan terakhir responden ialah Sekolah Menengah Atas (SMA) yang berjumlah 36 orang atau sebesar 65%. Disusul dengan Sekolah Dasar (SD) yang berjumlah 8 orang atau sebesar 15%. Berikutnya ialah Strata Satu (S1) sebanyak 7 orang atau sebesar 13%. Sedangkan lulusan Diploma dan Sekolah Menengah Pertama jumlahnya sama yaitu masing masing sebanyak 2 orang atau sebesar 4%.

Penelitian ini terdapat empat variabel yang terdiri dari satu variabel terikat yaitu perkembangan usaha (Y2) yang dilihat dari omzet perusahaan, dua variabel bebas yaitu media sosial (X1) dan motivasi kerja (X2), serta satu variabel intervening yaitu variabel Kinerja Karyawan (Y1).

2. Hasil Analisis Deskriptif

Untuk mengetahui gambaran umum tentang jawaban responden, diperlukanlah analisis deskriptif. Analisis deskriptif diperoleh dari jawaban responden melalui angket yang diberikan. Berikut hasil analisis deskriptif dari variabel media sosial, motivasi kerja, kinerja karyawan, dan perkembangan usaha:

Tabel 11. Hasil Uji Statistik Deskriptif

| Variabel | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|-------------------|----|---------|---------|-------|----------------|
| Pertumbuhan Usaha | 55 | 5,1 | 11,4 | 8,024 | 1,78804 |
| Media Sosial | 55 | 15 | 52 | 41,64 | 10,826 |
| Motivasi Kerja | 55 | 18 | 36 | 28,89 | 5,405 |
| Kinerja Karyawan | 55 | 19 | 40 | 31,95 | 7,24 |

Sumber: Data primer, diolah pada 2019

Berdasarkan tabel 11 di atas, maka dapat dihitung untuk mengetahui kategori jawaban responden. Adapun kriteria yang dipakai kategori jawaban responden. Untuk lebih memudahkan, digunakan 3 kategori, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Kategori dijelaskan tabel 13 sebagai berikut:

Tabel 12. Kategori Jawaban Responden

| | |
|---------------|--------------------------|
| Tinggi | $X \geq M + SD$ |
| Sedang | $M - SD \leq X < M + SD$ |
| Rendah | $X < M - SD$ |

(Azwar, 2009: 108)

Berdasarkan hasil uji deskriptif tersebut, dapat diketahui penjelasan dari tiap variabel sebagai berikut:

a. Tingkat Pertumbuhan Usaha (Y2)

Data tingkat pertumbuhan usaha yang dimaksud dalam penelitian ini adalah omzet pengusaha selama tahun 2017 – 2018. Data ini didapat dengan cara melakukan wawancara secara langsung kepada pemilik usaha mie soun yang terdapat di desa Manjung, Klaten. Berdasarkan data penelitian yang terdapat pada Tabel 13, menunjukkan bahwa nilai tertinggi pada variabel tingkat pertumbuhan usaha sebesar 11,40 dan nilai terkecilnya ialah sebesar 5,10. Nilai mean sebesar 8,0240 dan standar deviasi sebesar 1,78804. Data penelitian ini dapat dikategorikan menjadi:

tinggi ($X \geq 9,81204$), sedang ($6,23596 \leq X < 9,81204$), dan rendah ($X < 6,23596$). Pengkategorian variabel tingkat pertumbuhan usaha ditulis dalam bentuk tabel seperti berikut ini.

Tabel 13. Kategori Variabel Perkembangan Usaha

| Kategori | Interval Skor | Frekuensi | Persentase (%) |
|---------------|----------------------------|-----------|----------------|
| Tinggi | $X \geq 9,81204$ | 11 | 20% |
| Sedang | $6,23596 \leq X < 9,81204$ | 32 | 58,2% |
| Rendah | $X < 6,23596$ | 12 | 21,8% |
| Jumlah | | 55 | 100% |

Sumber: Data diolah pada 2019

Tabel 13 menunjukkan bahwa frekuensi tertinggi dalam variabel perkembangan usaha ialah kategori sedang yang berfrekuensi sebesar 32 atau 58,2%. Frekuensi tertinggi berikutnya ialah kategori rendah yang berfrekuensi sebesar 12 atau 21,8%. Kategori yang berfrekuensi paling sedikit ialah kategori tinggi yang hanya sebesar 11 atau 20%.

b. Media Sosial (X1)

Data variabel media sosial didapat dari membagikan kuisisioner kepada responden yang terdiri dari 13 pernyataan. Kuisisioner ini memiliki 4 pilihan jawaban yaitu sangat setuju (SS) yang skornya 4, setuju (S) yang skornya 3, tidak setuju (TS) yang skornya 2, dan sangat tidak setuju (STS) yang skornya 1. Berdasarkan perhitungan pada analisis deksriptif, variabel media sosial memiliki nilai tertinggi sebesar 52 dan nilai terkecilnya sebesar 15. Sedangkan standar deviasinya sebesar 10,826. Data penelitian ini dapat dikategorikan menjadi: tinggi ($X \geq 52,466$), sedang ($30,814 \leq X < 52,466$), dan rendah ($X < 30,814$). Pengkategorian variabel perkembangan usaha ditulis dalam bentuk tabel seperti berikut ini.

Tabel 14. Kategori Variabel Media Sosial

| Kategori | Interval Skor | Frekuensi | Persentase (%) |
|-----------------|--------------------------|------------------|-----------------------|
| Tinggi | $X \geq 52,466$ | 17 | 30,9% |
| Sedang | $30,814 \leq X < 52,466$ | 27 | 49,1% |
| Rendah | $X < 30,814$ | 11 | 20% |
| Jumlah | | 55 | 100% |

Sumber: Data diolah pada 2019

Tabel 14 menunjukkan bahwa frekuensi tertinggi dalam variabel media sosial ialah kategori sedang yang berfrekuensi sebesar 27 atau 49,1%. Frekuensi tertinggi berikutnya ialah kategori tinggi yang berfrekuensi sebesar 17 atau 30,9%. Sedangkan kategori yang berfrekuensi paling sedikit ialah kategori rendah yang hanya sebesar 11 atau 20%.

c. Motivasi Kerja (X2)

Data variabel motivasi kerja didapat dari membagikan kuisisioner kepada responden yang terdiri dari 9 pernyataan. Kuisisioner ini memiliki 4 pilihan jawaban yaitu sangat setuju (SS) yang skornya 4, setuju (S) yang skornya 3, tidak setuju (TS) yang skornya 2, dan sangat tidak setuju (STS) yang skornya 1. Berdasarkan perhitungan pada analisis deksriptif, variabel media sosial memiliki nilai tertinggi sebesar 36 dan nilai terkecilnya sebesar 18. Sedangkan standar deviasinya sebesar 5,405. Data penelitian ini dapat dikategorikan menjadi: tinggi ($X \geq 34,295$), sedang ($23,485 \leq X < 34,295$), dan rendah ($X < 23,485$). Pengkategorian variabel perkembangan usaha ditulis dalam bentuk tabel seperti berikut ini.

Tabel 15. Kategori Variabel Motivasi Kerja

| Kategori | Interval Skor | Frekuensi | Persentase (%) |
|-----------------|--------------------------|------------------|-----------------------|
| Tinggi | $X \geq 34,295$ | 12 | 21,8% |
| Sedang | $23,485 \leq X < 34,295$ | 32 | 58,2% |
| Rendah | $X < 23,485$ | 11 | 20% |
| Jumlah | | 55 | 100% |

Sumber: Data diolah pada 2019

Tabel 15 menunjukkan bahwa frekuensi tertinggi dalam variabel motivasi kerja ialah kategori sedang yang berfrekuensi sebesar 32 atau 21,8%. Frekuensi tertinggi berikutnya ialah kategori tinggi yang berfrekuensi sebesar 12 atau 21,8%. Sedangkan kategori yang berfrekuensi paling sedikit ialah kategori rendah yang hanya sebesar 11 atau 20%.

d. Kinerja Karyawan (Y1)

Data variabel kinerja karyawan didapat dari membagikan kuisisioner kepada responden yang terdiri dari 10 pernyataan. Kuisisioner ini memiliki 4 pilihan jawaban yaitu sangat setuju (SS) yang skornya 4, setuju (S) yang skornya 3, tidak setuju (TS) yang skornya 2, dan sangat tidak setuju (STS) yang skornya 1. Berdasarkan perhitungan pada analisis deksriptif, variabel media sosial memiliki nilai tertinggi sebesar 40 dan nilai terkecilnya sebesar 19. Sedangkan standar deviasinya sebesar 7,240. Data penelitian ini dapat dikategorikan menjadi: tinggi ($X \geq 39,19$), sedang ($24,71 \leq X < 39,19$), dan rendah ($X < 24,71$).

Tabel 16 menunjukkan bahwa frekuensi tertinggi dalam variabel kinerja karyawan ialah kategori sedang yang berfrekuensi sebesar 32 atau 58,2%. Frekuensi tertinggi berikutnya ialah kategori rendah yang

berfrekuensi sebesar 12 atau 21,8%. Sedangkan kategori yang berfrekuensi paling sedikit ialah kategori tinggi yang hanya sebesar 11 atau 20%.

Tabel 16. Kategori Variabel Kinerja Karyawan

| Kategori | Interval Skor | Frekuensi | Persentase (%) |
|---------------|------------------------|-----------|----------------|
| Tinggi | $X \geq 39,19$ | 11 | 20% |
| Sedang | $24,71 \leq X < 39,19$ | 32 | 58,2% |
| Rendah | $X < 24,71$ | 12 | 21,8% |
| Jumlah | | 55 | 100% |

Sumber: Data diolah pada 2019

B. Uji Prasyarat Analisis

Uji prasyarat dalam penelitian digunakan sebelum melakukan uji hipotesis. Uji prasyarat ini terdiri dari uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Jika dalam uji prasyarat ini berhasil, maka data penelitian tersebut layak dilanjutkan pada uji hipotesis.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas ini digunakan untuk menilai sebaran data penelitian pada sebuah kelompok. Jika sebaran data berdistribusi normal, maka data tersebut layak dilanjutkan pada uji hipotesis. Pengambilan keputusan didasarkan pada jika signifikansi di atas 5% (Sig. > 0,05) maka data berdistribusi normal. Apabila jika nilai signifikansi di bawah 5% (Sig. < 0,05) maka data berdistribusi tidak normal. Pada penelitian ini terdapat dua uji normalitas, karena pada penelitian ini terdapat dua variabel terikat.

Tabel 17 menunjukkan hasil uji normalitas penelitian ini pada variabel kinerja karyawan (Y1) sebesar 0,101 atau lebih besar dari 0,05. Sedangkan hasil uji normalitas pada variabel perkembangan usaha (Y2) sebesar 0,996

atau lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa dalam uji normalitas, penelitian ini dinyatakan sebagai distribusi normal. Dalam uji normalitas ini, digunakan aplikasi *SPSS 21 for Windows*.

Tabel 17. Hasil Uji Normalitas

| N | Y1 | Y2 |
|------------------------|-------|------|
| | | 55 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | 1,223 | ,409 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,101 | ,996 |

Sumber: Data primer, diolah pada 2019

2. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Hubungan tersebut merupakan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sebagai kriteria pengujian, dua variabel dikatakan mempunyai hubungan linier yang signifikan bila signifikansi (*Deviation from Linearity*) lebih besar dari 0,05 dan F hitung lebih kecil daripada F tabel. Apabila *Deviation from Linearity* variabel bebas terhadap variabel terikat lebih kecil dari 5% (0,05), maka tidak mempunyai hubungan linieritas antara kedua variabel tersebut.

Tabel 18 menunjukkan bahwa:

- a) *Deviation from Linearity* variabel media sosial terhadap variabel kinerja karyawan sebesar 0,828 atau lebih besar dari 0,05.
- b) *Deviation from Linearity* variabel motivasi kerja terhadap variabel kinerja karyawan sebesar 0,103 atau lebih besar dari 0,05.

- c) *Deviation from Linearity* variabel media sosial terhadap variabel perkembangan usaha sebesar 0,542 atau lebih besar dari 0,05.
- d) *Deviation from Linearity* variabel motivasi kerja terhadap variabel perkembangan usaha sebesar 0,180 atau lebih besar dari 0,05.
- e) *Deviation from Linearity* variabel kinerja karyawan terhadap variabel perkembangan usaha sebesar 0,703 atau lebih besar dari 0,05.

Tabel 18. Hasil Uji Linieritas

| Variabel | Deviation from Linearity |
|--|--------------------------|
| Media Sosial (X1) | ,828 |
| Motivasi Kerja (X2) | ,103 |
| Dependent Variable: Kinerja Karyawan (Y1) | |
| Media Sosial (X1) | ,542 |
| Motivasi Kerja (X2) | ,180 |
| Kinerja Karyawan (Y1) | ,703 |
| Dependent Variable: Tingkat Pertumbuhan Usaha (Y2) | |

Sumber: Data primer, diolah pada 2019

Hasil yang terdapat pada tabel 18 menunjukkan bahwa semua variabel bebas terhadap variabel terikat terdapat hubungan linieritas. Pernyataan ini dibuktikan dengan nilai *Deviation from Linearity* variabel bebas terhadap variabel terikat lebih besar dari 0,05.

3. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lain dalam satu model. Kemiripan antar variabel independen dalam suatu

model akan menyebabkan terjadinya korelasi yang sangat kuat antara satu variabel independen dengan variabel independen yang lain. Selain itu, menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh pada uji parsial masing – masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* tidak lebih dari 10 dan nilai Tolerance tidak kurang dari 0,1 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas. Semakin tinggi VIF maka semakin rendah Tolerance. Hasil uji multikolinieritas akan ditunjukkan pada tabel 20 berikut ini:

Tabel 19. Hasil Uji Multikolinieritas

| Variabel | Collinearity Statistics | |
|--|-------------------------|-------|
| | Tolerance | VIF |
| Media Sosial (X1) | ,584 | 1,712 |
| Motivasi Kerja (X2) | ,584 | 1,712 |
| Dependent Variable: Kinerja Karyawan (Y1) | | |
| Media Sosial (X1) | ,541 | 1,850 |
| Motivasi Kerja (X2) | ,476 | 2,100 |
| Kinerja Karyawan (Y1) | ,549 | 1,823 |
| Dependent Variable: Tingkat Pertumbuhan Usaha (Y2) | | |

Sumber: Data primer, diolah pada 2019

Hasil yang terdapat pada tabel 19 menunjukkan bahwa semua variabel bebas terhadap variabel terikat tidak terjadi multikolinieritas. Pernyataan ini dibuktikan dengan nilai Tolerance tiap variabel bebas lebih dari 0,1, sedangkan nilai VIF tiap variabel bebas kurang dari 10.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke

pengamatan yang lain. Apabila data memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Akan tetapi apabila data memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi gejala heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas akan ditunjukkan pada tabel 20 berikut.

Tabel 20. Uji Heteroskedastisitas

| Variabel | Signifikansi |
|-----------------------|--------------|
| Media Sosial (X1) | ,315 |
| Motivasi Kerja (X2) | ,750 |
| ABRES 1 (Y1) | |
| Media Sosial (X1) | ,666 |
| Motivasi Kerja (X2) | ,622 |
| Kinerja Karyawan (Y1) | ,528 |
| ABRES 2 (Y2) | |

Sumber: Data primer, diolah pada 2019

Tabel 20 menunjukkan bahwa:

- a) Variabel media sosial terhadap *ABRES 1* sebesar 0,315 atau lebih besar dari 0,05.
- b) Variabel motivasi kerja terhadap *ABRES 1* sebesar 0,750 atau lebih besar dari 0,05.
- c) Variabel media sosial terhadap *ABRES 2* sebesar 0,666 atau lebih besar dari 0,05.
- d) Variabel motivasi kerja terhadap *ABRES 2* sebesar 0,622 atau lebih besar dari 0,05.
- e) Variabel kinerja karyawan terhadap *ABRES 2* sebesar 0,528 atau lebih besar dari 0,05.

C. Uji Hipotesis

1. Analisis Jalur

Analisis jalur dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh tidak langsung variabel media sosial (X_1), dan motivasi kerja (X_2) terhadap perkembangan usaha (Y_2) melalui kinerja karyawan (Y_1). Analisis jalur terbentuk dari dua struktur. Adapun analisis setiap struktur sebagai berikut:

a. Analisis Struktur 1

Analisis dalam struktur 1 dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara simultan maupun parsial dan signifikan dari media sosial (X_1) dan motivasi kerja (X_2) terhadap kinerja karyawan (Y_1). Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut: Jika signifikansi penelitian $< 0,05$, maka H_0 di tolak.

Tabel 21. Estimasi Persamaan Analisis Jalur pada Struktur 1

| Variabel | Standardized Coefficients | t | Signifikansi |
|--|---------------------------|-------|--------------|
| | Beta | | |
| Media Sosial (X_1) | 0,275 | 2,045 | ,046 |
| Motivasi Kerja (X_2) | 0,461 | 3,430 | ,001 |
| Dependent Variable: Kinerja Karyawan (Y_1) | | | |

Sumber: Data primer, diolah pada 2019

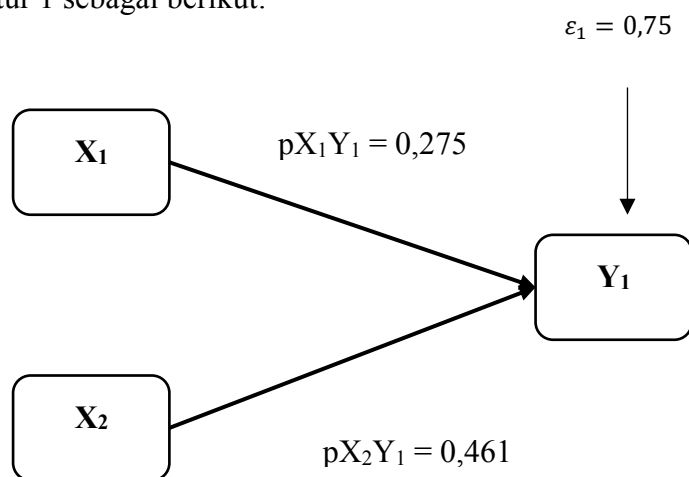
Berdasarkan tabel 21 di atas, nilai koefisien jalur variabel media sosial (X_1) terhadap kinerja karyawan (Y_1) sebesar $p_{X_1Y_1} = 0,275$ dan nilai koefisien jalur variabel motivasi kerja (X_2) terhadap kinerja karyawan (Y_1) sebesar $p_{X_2Y_1} = 0,461$.

Tabel 22. Model Summary Struktur 1

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,672 ^a | ,451 | ,430 | 5,464 |

Sumber: Data primer, diolah pada 2019

Berdasarkan tabel 22 diatas koefisien atau kontribusi (Adjusted R Square = $R^2_{X_1X_2Y_1}$) = 0,430. Dengan demikian besarnya koefisien residu $\rho_{Y_1 \varepsilon_1} = \sqrt{1 - 0,430} = 0,75$. Dengan demikian didapat diagram jalur struktur 1 sebagai berikut:



Gambar 3. Paradigma Analisis Jalur Struktur 1

b. Analisis Struktur 2 Paradigma Analisis Jalur Struktur 1

Analisis dalam struktur 1 dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara simultan maupun parsial dan signifikan dari media sosial (X_1), motivasi kerja (X_2), dan kinerja karyawan (Y_1) terhadap perkembangan usaha (Y_2). Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut: Jika signifikansi penelitian $< 0,05$, maka H_0 di tolak.

Tabel 23. Estimasi Persamaan Analisis Jalur pada Struktur 2

| Variabel | Standardized Coefficients | t | Signifikansi |
|---|---------------------------|-------|--------------|
| | Beta | | |
| Media Sosial (X1) | 0,405 | 3,475 | ,001 |
| Motivasi Kerja (X2) | 0,267 | 2,155 | ,036 |
| Kinerja Karyawan (Y1) | 0,241 | 2,086 | ,042 |
| Dependent Variable: Perkembangan Usaha (Y2) | | | |

Sumber: Data primer, diolah pada 2019

Berdasarkan tabel 23 di atas, nilai koefisien jalur variabel media sosial (X₁) terhadap perkembangan usaha (Y₂) sebesar $\beta_{X_1Y_2} = 0,405$, nilai koefisien jalur variabel motivasi kerja (X₂) terhadap perkembangan usaha (Y₂) sebesar $\beta_{X_2Y_2} = 0,267$, dan nilai koefisien jalur variabel kinerja karyawan (Y₁) sebesar $\beta_{Y_1Y_2} = 0,241$.

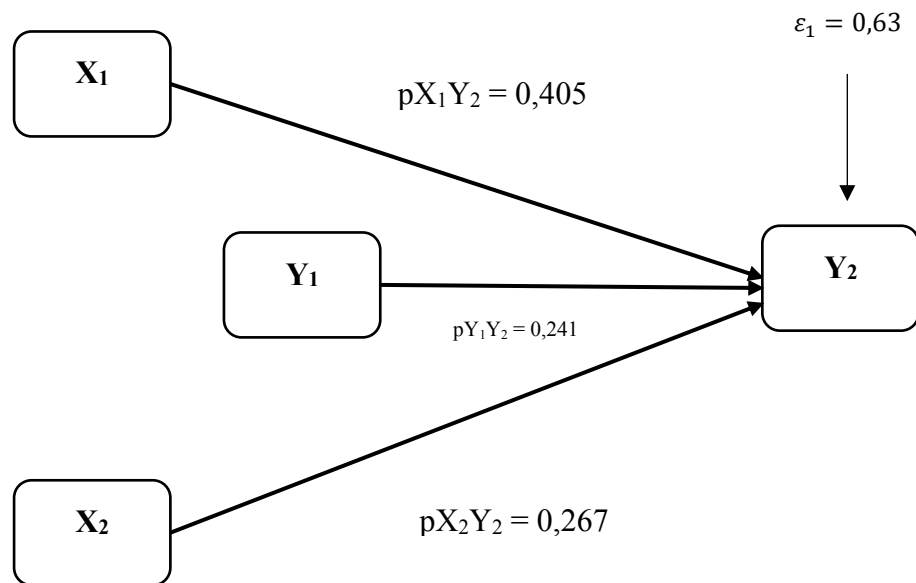
Tabel 24. Model Summary Struktur 2

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,791 ^a | ,626 | ,604 | 1,12459 |

Sumber: Data primer, diolah pada 2019

Berdasarkan tabel 24 diatas koefisien atau kontribusi (Adjusted R Square = $R^2_{X_1X_2Y_1Y_2}$) = 0,604. Dengan demikian besarnya koefisien residu $\rho_{Y_1 \varepsilon_1} = \sqrt{1 - 0,604} = 0,63$.

Berdasarkan hasil dari koefisien jalur pada struktur 1 dan struktur 2, maka dapat digambarkan secara keseluruhan yang menggambarkan hubungan kausal empiris antar variabel X₁ dan X₂ terhadap variabel Y₁ dan Y₂.



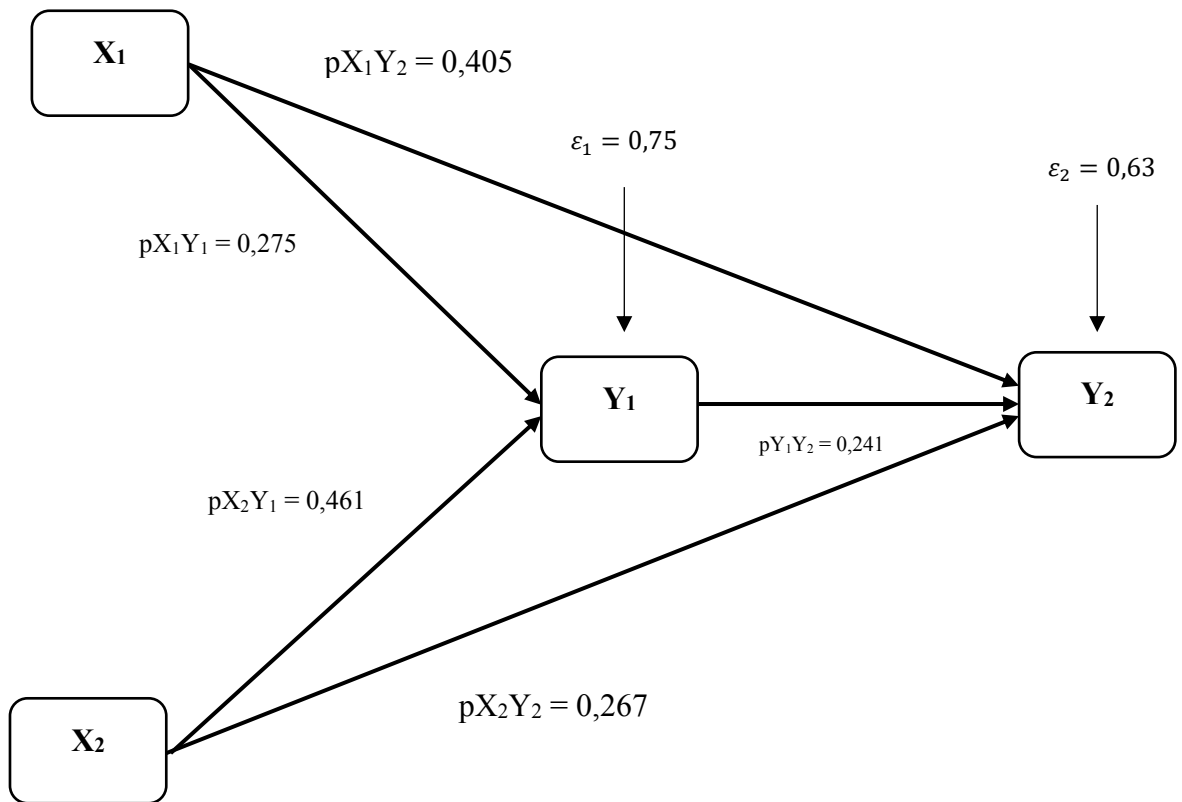
Gambar 4. Paradigma Analisis Jalur Struktur 2

Penggabungan hasil koefisien jalur pada struktur 1 dan struktur 2 bila ditulis dalam persamaan menjadi:

$$\begin{aligned}
 Y_1 &= \alpha_1 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \varepsilon_1 \\
 &= 0,275 X_1 + 0,461 X_2 + 0,75 \varepsilon_1 = 0,430
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 Y_2 &= \alpha_2 + b_3 X_1 + b_4 X_2 + b_5 Y_1 + \varepsilon_2 \\
 &= 0,405 X_1 + 0,267 X_2 + 0,241 Y_1 + 0,63 \varepsilon_2 = 0,604
 \end{aligned}$$

Penggabungan struktur 1 dan struktur 2 ini digunakan untuk memperjelas nilai pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Penggabungan struktur 1 dengan struktur 2 juga ditunjukkan pada gambar 5 sebagai berikut.



Gambar 5. Paradigma Analisis Jalur Struktur 1 dan 2

Berdasarkan hasil perhitungan secara keseluruhan, maka dapat memberikan informasi secara objektif sebagai berikut:

Tabel 25. Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total

| Variabel | Pengaruh Langsung | | Pengaruh Tidak Langsung | | Pengaruh Total | |
|------------------|-------------------|----------|-------------------------|----------|------------------|----------|
| | Kinerja Karyawan | TP Usaha | Kinerja Karyawan | TP Usaha | Kinerja Karyawan | TP Usaha |
| Media Sosial | 7,56% | 16,4% | - | 6,6% | 7,56% | 23% |
| Motivasi Kerja | 21,25% | 7,13% | - | 11,1% | 21,25% | 18,34% |
| Kinerja Karyawan | - | 5,81% | - | - | - | - |

Sumber: Data primer, diolah pada 2019

Pada tabel 25 dijelaskan bahwa besarnya pengaruh media sosial (X₁) terhadap kinerja karyawan (Y₁) adalah sebesar 7,56% ($0,275^2 \times 100\%$).

Pengaruh motivasi kerja (X_2) terhadap kinerja karyawan (Y_1) adalah sebesar 21,25% ($0,461^2 \times 100\%$).

Besarnya pengaruh media sosial (X_1) terhadap tingkat pertumbuhan usaha (Y_2) adalah 16,4% ($0,405^2 \times 100\%$). Pengaruh motivasi kerja (X_2) terhadap tingkat pertumbuhan usaha (Y_2) adalah sebesar 7,13% ($0,267^2 \times 100\%$). Pengaruh kinerja karyawan (Y_1) terhadap tingkat pertumbuhan usaha (Y_2) adalah sebesar 5,81% ($0,241^2 \times 100\%$).

Besarnya kontribusi media sosial secara tidak langsung mempengaruhi perkembangan usaha melalui kinerja karyawan sebesar 0,066 ($p_{X_1Y_1} \times p_{Y_1Y_2} = 0,275 \times 0,241$). Apabila di persentasekan akan menjadi 6,6%. Besarnya kontribusi motivasi kerja secara tidak langsung mempengaruhi perkembangan usaha melalui kinerja karyawan sebesar 0,111 ($p_{X_2Y_1} \times p_{Y_1Y_2} = 0,461 \times 0,241$). Apabila di persentasekan akan menjadi 11,1%.

Besarnya pengaruh total variabel media sosial terhadap perkembangan usaha melalui kinerja karyawan yaitu $16,4\% + 6,6\% = 23\%$. Besarnya pengaruh total variabel motivasi kerja terhadap perkembangan usaha melalui kinerja karyawan yaitu $7,13\% + 11,1\% = 18,34\%$.

D. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara langsung media sosial dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan *Home Industri* Mie Soun Manjung, Klaten; pengaruh secara langsung media sosial, motivasi kerja, dan kinerja karyawan terhadap perkembangan usaha *Home Industri* Mie Soun

Manjung, Klaten serta pengaruh tidak langsung media sosial dan motivasi kerja terhadap perkembangan usaha *Home Industri* Mie Soun Manjung, Klaten melalui kinerja karyawan. Variabel bebas (*independent*) pada penelitian ini adalah media sosial dan motivasi kerja; perkembangan usaha sebagai variabel terikat (*dependent*) sedangkan kinerja karyawan sebagai variabel mediasi (*intervening*). Berdasarkan data penelitian yang dianalisis, maka dapat dibahas sebagai berikut:

1. Pengaruh langsung media sosial terhadap kinerja karyawan *Home Industri* Mie Soun Manjung, Klaten.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel media sosial berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Hasil tersebut dibuktikan dengan hasil uji t untuk variabel media sosial diperoleh t hitung sebesar 2,045 dan nilai signifikansi sebesar 0,046. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($<0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Zeng & Gerritsen (2014) dalam penelitiannya menyatakan media sosial memiliki peran penting dalam banyak aspek sebuah perusahaan, terutama dalam pencarian informasi, pengambilan keputusan, promosi, dan berinteraksi dengan konsumen. Memasarkan produk dengan menggunakan media sosial telah terbukti menjadi strategi pemasaran yang sangat baik. Sehingga kinerja karyawan terutama bagian pemasaran, kinerjanya akan meningkat jika memanfaatkan media sosial dengan baik.

Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Xiongfei Cao *et al.* (2016) yang menyatakan bahwa media sosial dapat mempromosikan pembentukan modal sosial karyawan yang ditunjukkan oleh ikatan jaringan, visi dan kepercayaan bersama dan pada gilirannya, dapat memfasilitasi transfer pengetahuan. Visi bersama dan transfer pengetahuan secara positif memengaruhi kinerja kerja. Sehingga diartikan bahwa dengan media sosial, karyawan bisa transfer pengetahuan yang akan bermanfaat dalam meningkatkan kinerja mereka.

Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ashraf (2014) bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Temuannya ini bisa dilihat dari hasil penelitiannya yang menunjukkan bahwa media sosial berkontribusi pada empat dimensi kinerja karyawan, yaitu pembelajaran keterampilan karyawan, mendapatkan pengetahuan, dan menjadi lebih produktif dan meningkatkan motivasi kerjanya. Hasilnya tersebut dijelaskan pengaruhnya terhadap dimensi pembelajaran keterampilan sebesar 63,9%, produktivitas sebesar 38,4%, memperoleh pengetahuan sebesar 48%, dan meningkatkan motivasi kerja sebesar 64,6%. Hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

Dari beberapa hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa media sosial berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Dengan adanya media sosial, karyawan mendapatkan pengetahuan baru, menambah keterampilan, mentransfer pengetahuan, dan meningkatkan motivasi kerja sehingga akan

meningkatkan kinerjanya. Melalui penggunaan media sosial karyawan bagian pemasaran juga akan lebih produktif, karena mereka tidak perlu lagi menemui konsumen secara langsung. Mereka cukup menyebarkan foto dan informasi tentang produk perusahaan di media sosial.

2. Pengaruh langsung motivasi kerja terhadap kinerja karyawan *Home Industry* Mie Soun Manjung, Klaten.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel motivasi kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Hasil tersebut dibuktikan dengan hasil uji t untuk variabel media sosial diperoleh t hitung sebesar 3,430 dan nilai signifikansi sebesar 0,001. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($<0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Hasil ini penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Zameer *et al.* (2014) yang menyatakan bahwa motivasi kerja berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan pada suatu perusahaan. Dalam penelitiannya, perusahaan harus memperhatikan keamanan pekerjaan, memberi pengayaan, serta memberi gaji yang wajar dan insentif tambahan untuk meningkatkan motivasi kerja karyawannya, sehingga kinerja karyawan tersebut otomatis juga akan meningkat dan perusahaan tersebut akan dapat mencapai targetnya dengan mudah.

Hasil penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Chiang dan Jang (2008) menyatakan bahwa motivasi kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Motivasi penting bagi karyawan, karena dengan

mereka bekerja keras, kinerja mereka akan meningkat secara signifikan, dan ketika mereka sangat termotivasi, mereka akan lebih berupaya dalam pekerjaan dan meningkatkan produktivitas dan kualitas kerja mereka.

Hasil penelitian ini juga didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Qomariah (2016). Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa ada pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan. Ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,018 atau kurang dari 0,05.

Sesuai dengan teori yang kemukakan oleh Maslow (1943) bahwa manusia memiliki lima tingkatan kebutuhan (kebutuhan aktualisasi, kebutuhan penghargaan, kebutuhan sosial, kebutuhan akan rasa aman, dan kebutuhan fisiologis). Jika kebutuhan ini tercapai, maka manusia akan lebih termotivasi untuk melakukan suatu kegiatan. Begitu halnya dengan karyawan, jika kebutuhan karyawan terpenuhi dengan baik, maka karyawan tersebut akan lebih termotivasi untuk bekerja dan akan berpengaruh terhadap kinerja mereka.

Dari beberapa hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Dengan adanya motivasi, karyawan akan bekerja lebih rajin dan giat, selalu berupaya dalam bekerja, serta akan berusaha untuk meningkatkan produktivitasan dan kualitasnya. Untuk meningkatkan motivasi kerja, pengusaha perlu memperhatikan keamanan kerja karyawa, fasilitas kerja, gaji dan memberi insentif tambahan.

3. Pengaruh langsung media sosial terhadap tingkat pertumbuhan *Home Industry* Mie Soun Manjung, Klaten.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel media sosial berpengaruh terhadap perkembangan usaha. Hasil tersebut dibuktikan dengan hasil uji t untuk variabel media sosial diperoleh t hitung sebesar 3,475 dan nilai signifikansi sebesar 0,001. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($<0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha.

Hasil penelitian ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Solekhan dan Winarso (2016). Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa dengan penggunaan media sosial, pasar bagi UMKM akan meluas, baik secara lokal, nasional bahkan global. Dengan semakin luasnya pasar UMKM, akan meningkatkan pendapatan pengusaha tersebut.

Pernyataan tersebut juga sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wael Basri (2016). Penelitian tersebut menemukan bahwa dampak media sosial bagi UMKM meliputi (a) tempat pemasaran pada era informasi, (b) forum untuk meningkatkan pendapatan, (c) meningkatkan keuntungan dan mengurangi biaya, dan (d) memperat hubungan dengan masyarakat. Dalam penjualan dan pemasaran, media sosial digunakan untuk menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan. Selanjutnya, dalam pemasaran dan hubungan masyarakat, media sosial telah memelihara komunikasi antara pengusaha dengan pelanggan.

Paunov dan Rollo (2015) menyatakan bahwa kapasitas internet menjadi pendukung produktivitas sebuah perusahaan meskipun memiliki beberapa masalah yang mempengaruhi perkembangan perusahaan. Bahkan perusahaan yang menghadapi masalah keuangan, listrik sering padam, kurangnya keterampilan, korupsi, dan peraturan tenaga kerja yang rumit. Hasil penelitiannya juga menunjukkan bahwa perusahaan yang paling produktif mendapat manfaat yang lebih banyak daripada yang kurang produktif. Hasilnya juga menunjukkan bahwa internet (media sosial) memiliki peran penting dalam meningkatkan keuntungan perusahaan.

Sotiriadis dan Zyl (2013) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa media sosial memiliki implikasi yang signifikan terhadap perusahaan. Salah satu fungsinya adalah membagikan informasi ke semua orang diberbagai belahan dunia. Selain itu, media sosial memungkinkan sebuah perusahaan untuk berkomunikasi dengan konsumen secara tepat waktu dan langsung dengan biaya yang relatif rendah dan tingkat efisiensi yang lebih tinggi. Dengan tingkat efisiensi yang tinggi, membuat perusahaan akan menghemat biaya dan akan mengalami perkembangan.

Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Barney (1995) bahwa perusahaan memiliki empat kategori. Salah satu kategori tersebut ialah modal fisik yang didalamnya ada teknologi. Maka dapat disimpulkan bahwa dengan adanya penggunaan media sosial secara optimal, maka suatu usaha atau perusahaan akan mengalami peningkatan pendapatan.

Dari beberapa hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa media sosial berpengaruh terhadap perkembangan usaha. Dengan adanya media sosial, UMKM bisa memperluas pasarnya. Pasarnya tidak hanya meliputi pasar lokal, tetapi dapat menggapai pasar nasional dan bahkan pasar global. Selain itu, penggunaan media sosial dapat menarik pelanggan baru, menjalin hubungan dengan pelanggan, dan menekan biaya pemasaran sehingga keuntungan pun akan meningkat. Meningkatnya pendapatan ini akan membuat UMKM tersebut berkembang.

4. Pengaruh langsung motivasi kerja terhadap tingkat pertumbuhan *Home Industry* Mie Soun Manjung, Klaten.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel motivasi kerja berpengaruh terhadap perkembangan usaha. Hasil tersebut dibuktikan dengan hasil uji t untuk variabel media sosial diperoleh t hitung sebesar 2,155 dan nilai signifikansi sebesar 0,036. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($<0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Asah *et al.* (2015) yang menyatakan terdapat pengaruh motivasi terhadap kinerja UMKM. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan *The Pearson product moment correlation (r)* sebesar 0,708 dengan nilai signifikan sebesar 0,002. Sama halnya dengan penelitian Yunal dan Indriyani (2013). Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa motivasi mempengaruhi pertumbuhan suatu usaha kerajinan, dan pengaruhnya tersebut sebesar 48,5%.

Hal ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Freitas dan Duarte (2017). Dalam penelitiannya, dia menjelaskan bahwa motivasi karyawan adalah titik kunci dalam organisasi dalam konteks yang kompetitif, seperti UMKM. Dia juga menyimpulkan bahwa motivasi di tempat kerja adalah alat yang penting dalam pengelolaan sumber daya manusia pada sebuah organisasi dan menjadikannya penting untuk menilai tingkat motivasi di dalam perusahaan, sehingga di masa depan akan ada tingkat kepercayaan dan komitmen yang lebih besar antara perusahaan dan karyawan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja dapat mempengaruhi perkembangan usaha. Motivasi kerja karyawan merupakan kunci dari keberhasilan perusahaan. Dengan adanya motivasi kerja, karyawan akan bekerja lebih produktif sehingga perusahaan tersebut mengalami keuntungan, yang membuat usaha tersebut menjadi berkembang.

5. Pengaruh langsung kinerja karyawan terhadap tingkat pertumbuhan *Home Industry* Mie Soun Manjung, Klaten.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kinerja karyawan berpengaruh terhadap perkembangan usaha. Hasil tersebut dibuktikan dengan hasil uji t untuk variabel media sosial diperoleh t hitung sebesar 2,086 dan nilai signifikansi sebesar 0,042. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($<0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa kinerja karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sugiharsono (2008), yang menyatakan bahwa kinerja manajer berpengaruh terhadap

keberhasilan organisasi KUD. Kinerja yang baik akan mendukung keberhasilan perusahaan yang lebih tinggi. Dalam penelitiannya, Sugiharsono (2008) menyatakan ada faktor lain yang mempengaruhi keberhasilan perusahaan, yaitu modal, peralatan, teknologi, peran pemerintah, lingkungan perusahaan lain.

Hameed dan Waheed (2011) dalam penelitiannya menyatakan bahwa perusahaan terlebih dulu harus memperhatikan karyawannya, karena karyawan merupakan aset berharga sebuah perusahaan. Keberhasilan maupun kegagalan suatu perusahaan dipengaruhi oleh kinerja karyawannya. Perhatian yang dilakukan perusahaan untuk karyawannya ialah dengan mengadakan pembelajaran, menumbuhkan keterampilan karyawan, mengarahkannya, dan membentuk sikap positif pada diri karyawan. Dengan begitu, kinerja mereka akan meningkat dan akan mempengaruhi efektivitas perusahaan.

Dari beberapa hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kinerja karyawan berpengaruh terhadap perkembangan usaha. Sehingga jika suatu perusahaan ingin mengalami perkembangan, perusahaan harus meningkatkan kinerja karyawannya terlebih dahulu. Untuk meningkatkan kinerja karyawan, yang harus diperhatikan terlebih dahulu ialah faktor – faktor yang mempengaruhinya. Faktor – faktor yang dapat mempengaruhi kinerja adalah pengetahuan pekerja, kualitas dan kuantitas output, kepemimpinan, kerja sama (Zameer *et al.*, 2014). Sedangkan menurut

Suprihati (2014) ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan, yaitu adanya diklat, insentif, dan lingkungan kerja.

6. Pengaruh secara tidak langsung media sosial terhadap tingkat pertumbuhan *Home Industry* Mie Soun Manjung, Klaten melalui kinerja karyawan.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa ada pengaruh secara tidak langsung media sosial terhadap perkembangan usaha *Home Industry* Mie Soun Manjung, Klaten melalui kinerja karyawan. Ini dibuktikan dari besarnya kontribusi media sosial secara tidak langsung mempengaruhi perkembangan usaha melalui kinerja karyawan sebesar 0,06. Artinya motivasi kerja melalui kinerja karyawan mempengaruhi perkembangan usaha sebesar 6,6%. Sedangkan sebesar 93,4% dipengaruhi oleh variabel – variabel lain.

Zeng & Gerritsen (2014) dalam penelitiannya menyatakan media sosial memiliki peran penting dalam banyak aspek sebuah perusahaan, terutama dalam pencarian informasi, pengambilan keputusan, promosi, dan berinteraksi dengan konsumen. Memasarkan produk dengan menggunakan media sosial telah terbukti menjadi strategi pemasaran yang sangat baik. Sehingga kinerja karyawan terutama bagian pemasaran, kinerjanya akan meningkat jika memanfaatkan media sosial dengan baik.

Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Xiongfei Cao *et al.* (2016) yang menyatakan bahwa media sosial dapat mempromosikan pembentukan modal sosial karyawan yang ditunjukkan oleh ikatan jaringan, visi dan kepercayaan bersama dan pada gilirannya, dapat memfasilitasi transfer pengetahuan. Visi bersama dan transfer pengetahuan secara positif

memengaruhi kinerja kerja. Sehingga diartikan bahwa dengan media sosial, karyawan bisa transfer pengetahuan yang akan bermanfaat dalam meningkatkan kinerja mereka.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sugiharsono (2008), yang menyatakan bahwa kinerja karyawan berpengaruh terhadap keberhasilan organisasi atau perusahaan. Kinerja yang baik akan mendukung keberhasilan perusahaan yang lebih tinggi. Sedangkan Hameed dan Waheed (2011) dalam penelitiannya menyatakan bahwa perusahaan terlebih dulu harus memperhatikan karyawannya, karena karyawan merupakan aset berharga sebuah perusahaan. Keberhasilan maupun kegagalan suatu perusahaan dipengaruhi oleh kinerja karyawannya.

Dari beberapa hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara tidak langsung media sosial terhadap perkembangan usaha melalui kinerja karyawan. Dengan pemanfaatan media sosial secara optimal, pengusaha maupun bagian pemasaran tidak akan lagi melakukan strategi pemasaran dengan cara tradisional (datang langsung kepada pelanggan). Mereka cukup menyebarkan foto produknya beserta informasi tentang produk tersebut pada media sosial. Dengan begitu, kinerja mereka akan lebih meningkat karena dengan keefektivan media sosial tersebut. Dengan meningkatnya kinerja, akan berpengaruh juga terhadap keberhasilan perusahaan bahkan perusahaan tersebut akan mengalami perkembangan.

7. Pengaruh secara tidak langsung motivasi kerja terhadap tingkat pertumbuhan *Home Industry* Mie Soun Manjung, Klaten melalui kinerja karyawan.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa ada pengaruh secara tidak langsung motivasi kerja terhadap perkembangan usaha *Home Industry* Mie Soun Manjung, Klaten melalui kinerja karyawan. In dibuktikan dari besarnya kontribusi motivasi kerja secara tidak langsung mempengaruhi perkembangan usaha melalui kinerja karyawan sebesar 0,11. Artinya motivasi kerja melalui kinerja karyawan mempengaruhi perkembangan usaha sebesar 11,1%. Sedangkan sebesar 88,9% dipengaruhi oleh variabel – variabel lain.

Hasil ini penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Zameer *et al.* (2014) yang menyatakan bahwa motivasi kerja berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan pada suatu perusahaan. Dalam penelitiannya, perusahaan memperhatikan keamanan pekerjaan, memberi pengayaan, serta memberi gaji yang wajar dan insentif tambahan untuk meningkatkan motivasi kerja karyawannya, sehingga kinerja karyawan tersebut otomatis juga akan meningkat dan perusahaan tersebut akan dapat mencapai targetnya dengan mudah.

Hasil penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Chiang dan Jang (2008) menyatakan dalam bahwa motivasi kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Motivasi penting bagi karyawan, karena dengan mereka bekerja keras, kinerja mereka akan meningkat secara signifikan, dan ketika mereka sangat termotivasi, mereka akan lebih berupaya dalam pekerjaan dan meningkatkan produktivitas dan kualitas kerja mereka. Untuk meningkatkan kinerja karyawannya, perusahaan terlebih dahulu harus memperhatikan karyawannya.

Hal ini senada dengan pernyataan Hameed dan Waheed (2011) dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa perusahaan terlebih dulu harus memperhatikan karyawannya, karena karyawan merupakan aset berharga sebuah perusahaan. Keberhasilan maupun kegagalan suatu perusahaan dipengaruhi oleh kinerja karyawannya. Oleh sebab itu, perusahaan harus memperhatikan faktor – faktor yang mempengaruhinya. Faktor – faktor yang dapat mempengaruhi kinerja adalah pengetahuan pekerja, kualitas dan kuantitas output, kepemimpinan, kerja sama (Zameer *et al.*, 2014). Sedangkan menurut Suprihati (2014) ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan, yaitu adanya diklat, insentif, dan lingkungan kerja. Apabila sebagian besar kebutuhan karyawan terpenuhi, maka kinerja mereka akan meningkat dan berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan tersebut (Sugiharsono, 2008).

Sesuai dengan teori yang kemukakan oleh Maslow (1943) bahwa manusia memiliki lima tingkatan kebutuhan (kebutuhan aktualisasi, kebutuhan penghargaan, kebutuhan sosial, kebutuhan akan rasa aman, dan kebutuhan fisiologis). Jika kebutuhan ini tercapai, maka manusia akan lebih termotivasi untuk melakukan suatu kegiatan. Begitu halnya dengan karyawan, jika kebutuhan karyawan terpenuhi dengan baik, maka karyawan tersebut akan lebih termotivasi untuk bekerja dan akan berpengaruh terhadap kinerja mereka. Jadi dengan motivasi yang tinggi maka kinerja karyawan tersebut akan tinggi.

Dengan tingginya kinerja karyawan ini juga akan mempengaruhi produktivitas perusahaan. Dikarenakan karyawan merupakan salah satu sumber daya perusahaan, maka pernyataan ini sesuai dengan teori RBV yang menyatakan bahwa kemajuan atau kemunduran suatu usaha dipengaruhi sumber daya yang dimiliki (Paulus dan Murdapa, 2016). Produktivitas kinerja karyawan tersebut akan menjadikan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan menjadi lebih efektif dan efisien. Biaya efektif inilah yang akan membuat perusahaan mendapatkan untung yang lebih banyak dari biasanya. Mereka akan mengalami pertumbuhan dan bahkan bisa mengalami perkembangan.

Dari beberapa penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara tidak langsung motivasi kerja terhadap perkembangan usaha melalui kinerja karyawan. Motivasi kerja karyawan memang penting bagi sebuah perusahaan, karena motivasi karyawan merupakan titik kunci dari sebuah pekerjaan. Dengan karyawan yang termotivasi, mereka akan bekerja lebih giat dan keras sehingga menghasilkan kinerja yang bagus. Kinerja yang baik, akan menghasilkan produktivitas yang baik yang akan menguntungkan perusahaan. Jika perusahaan sering mendapatkan keuntungan, perusahaan tersebut akan mengalami perkembangan.

E. Keterbatasan Penelitian

Ada beberapa keterbatasan yang perlu disampaikan dalam penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Ruang lingkup dalam penelitian ini masih terbatas. Penelitian ini hanya dilakukan pada satu *Home Industry*, sehingga belum bisa disimpulkan secara umum.
2. Pada variabel tingkat pertumbuhan usaha, hanya dilihat dari segi pendapatan tiap bulan selama periode 2017 – 2018.