
**PENGARUH MOTIVASI, KETERAMPILAN DAN PENGETAHUAN PEMASARAN
TERHADAP PRODUKTIVITAS MASYARAKAT
DI BANDUNG - INDONESIA**

Oleh :

Nani Dewi Sunengsih, Awinata, Widiastuti

Universitas Persada Jakarta

nani_dewi_sunengsih@fs.unsada.ac.id

DOI Artikel : <https://doi.org/10.34308/eqien.v6i2.87>

Article Info

Article History :

Received 01 Agustus 2019

Accepted 16 Agustus 2019

*Available Online 09 September
2019*

Abstract

The study aims to determine the effect of motivation, skill and marketing knowledge on productivity. The study uses a survey method with causal analysis (path analysis). The sample consisted of 100 housewives by using simple random sampling technique. The relationship model between variables formulated in the theoretical model using Analysis of Variance (ANOVA). The results showed that variations of the productivity of the people were directly affected positively by variations of motivation, skills, and marketing knowledge. Variations of marketing knowledge are directly affected positively by variations of motivation and skills. Therefore, to increase community productivity can be done by increasing marketing knowledge, motivation, and skills. This can be done by enhancement program through community-based instructional design

Keyword :

*productivity, motivation, skills,
marketing knowledge*

PENDAHULUAN

Tekad untuk meningkatkan produktivitas telah ada sejak awal peradaban manusia. Ini dapat dipahami karena produktivitas mewakili keberadaan keinginan (*the will*) dan perjuangan manusia (*effort*) untuk selalu meningkatkan kualitas hidup dan mata pencaharian dalam setiap aspek yang memungkinkan. Produktivitas masyarakat desa berdampak pada pendapatan mereka. Selain itu, pendapatan ini berdampak pada masalah masyarakat lainnya, termasuk tingginya angka putus sekolah. Anak-anak di daerah pedesaan tumbuh tanpa pendidikan yang memadai yang mengakibatkan rendahnya daya saing sumber daya manusia (SDM) yang sangat dibutuhkan untuk pengembangan desa mereka.

Rendahnya pendapatan per kapita masyarakat Desa Tangsi Jaya, Kecamatan Gununghalu - Kabupaten Bandung Barat merupakan alasan yang tepat untuk menciptakan kegiatan yang dapat membantu meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan. Kegiatan pemberdayaan masyarakat tentang cara mengkomersialkan produk olahan cabai belum mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu kendala adalah produktivitas masyarakat lebih rendah daripada yang diharapkan. Ada pernyataan bahwa produktivitas secara umum didefinisikan sebagai ukuran jumlah output yang dihasilkan per unit input. Input sama dengan output konversi ini telah menjadi sorotan dalam beberapa tahun terakhir (1). Jadi, produktivitas harus diukur berdasarkan indeks tertentu dan untuk periode tertentu. Faktor-faktor yang

mempengaruhi produktivitas, meliputi: personil, manajemen, pendidikan, motivasi, teknologi, dan budaya (2). Dengan demikian, faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas dapat dibagi menjadi faktor lingkungan, organisasi, kelompok dan individu. Selanjutnya, dinyatakan bahwa faktor individu meliputi: pendidikan akademik/teknis/kejuruan, pengalaman masa lalu/usia, kompetensi dan keterampilan secara keseluruhan, motivasi dan moral, budaya/sikap individu, kreativitas individu, ketidakhadiran, kepuasan kerja, perasaan/ rasa kepemilikan komunal, dan penghargaan.

1. Masalah utama masyarakat pedesaan, termasuk masyarakat desa Tangsi Jaya, Kecamatan Gununghalu - Kabupaten Bandung Barat adalah tingkat produktivitas yang rendah. Ini tidak hanya dilihat dari jumlah, tetapi juga bagaimana produktivitas masyarakat didistribusikan. Faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi distribusi produktivitas di daerah pedesaan adalah sebagai berikut. *Pertama*, rendahnya motivasi dalam meningkatkan pendapatan keluarga. Ada pernyataan bahwa motivasi kerja sangat memengaruhi produktivitas. Motivasi tinggi akan menghasilkan produktivitas tinggi dan motivasi rendah akan mengurangi produktivitas (3). Ini berarti bahwa motivasi kerja seseorang akan dirangsang ketika diberi tanggung jawab dan dihadapkan dengan proses kolaborasi antar pribadi organisasi, faktor lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan (4). Pendapat lain mengatakan bahwa motivasi kerja adalah seperangkat kekuatan internal dan eksternal yang menyebabkan karyawan memilih tindakan dan terlibat dalam perilaku tertentu (5). Keterbatasan ini menunjukkan bahwa motivasi kerja seseorang adalah kekuatan dari dalam dan dari luar dirinya yang digunakan untuk

memilih tindakan dan perilaku tertentu. *Kedua*, keterampilan masyarakat dalam mengelola produk olahan pertanian tidak memadai. Untuk menjadi sukses di dunia bisnis, seorang wirausahawan harus cerdas dan terampil sebagai seorang samurai yang tidak hanya tahu ilmu pedang, tetapi juga terampil dalam menggunakannya dan kreatif dalam setiap manuvernya. Keterampilan yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan, adalah: (a) Keterampilan literasi dasar, merupakan keterampilan dasar yang pasti dimiliki setiap orang seperti membaca, menulis, berhitung, dan mendengarkan (6). (b) Keterampilan konseptual, merupakan kemampuan mental untuk mengkoordinasikan dan mengintegrasikan semua kepentingan dan kegiatan organisasi. (c) Keterampilan administratif, semua kemampuan yang berkaitan dengan perencanaan, pengorganisasian, mengatur staf, dan pengawasan. (d) Keterampilan teknis, yaitu keterampilan untuk menggunakan peralatan, prosedur, atau teknik dari bidang tertentu (7). (e) Keterampilan hubungan manusia, yaitu keterampilan mengembangkan hubungan yang harmonis antara semua anggota lembaga atau organisasi (8). (f) Keterampilan membuat keputusan yang merupakan keterampilan untuk mengidentifikasi masalah sambil menawarkan berbagai solusi alternatif untuk masalah yang dihadapi (9). (g) Keterampilan manajemen waktu adalah keterampilan dalam menggunakan dan mengelola waktu seproduktif mungkin (10). (h) Keterampilan Teknologi yang merupakan kemampuan seseorang dalam menguasai teknologi sebagai sarana untuk mendukung pekerjaan atau bisnis mereka (11). *Ketiga*, pengetahuan masyarakat tentang cara

memasarkan produk pertanian olahan masih kurang memadai. Lalu, ada definisi bahwa pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk mendapatkan nilai dari pelanggan sebagai imbalan (12). Oleh karena itu, seorang wirausahawan perlu dibekali dengan pengetahuan pemasaran.

KAJIAN PUSTAKA DAN PEGEMBAKAN HIPOTESIS

1. Produktivitas

Produktivitas merupakan sikap mental yang selalu berusaha dan mempunyai pandangan bahwa suatu kehidupan hari ini lebih baik dari hari kemarin dan hari esok lebih baik dari hari ini. Definisi umum produktivitas adalah output per input unit (7). Produktivitas merupakan perbandingan antara output dibagi dengan input, tingkat ukur produktivitas sangat beragam bergantung pada kepentingan terkait (8). Definisi lebih akurat untuk menggambarannya sebagai hubungan antara output dan input yang bervariasi dalam konteks dan tujuan di balik pengukuran. Ini berarti bahwa produktivitas, secara umum, merupakan indikator pemanfaatan input yang efektif untuk menghasilkan output maksimum, pada saat yang sama, tingkat produktivitas yang lebih tinggi dapat merupakan hasil dari memiliki lebih banyak input, yang belum tentu digunakan secara efektif. Pemanfaatan sumber daya yang sia-sia sebenarnya bisa menjadi gejala kinerja yang buruk.

Produktivitas juga merupakan pemanfaatan semua sumber daya secara efektif dan efisien; material, tenaga kerja, modal, informasi dan waktu (9). Dengan demikian, produktivitas yang rendah ditunjukkan melalui banyak tanda-

tanda yang meliputi kualitas output domestik yang buruk, kurangnya daya saing produk di pasar internasional, kekurangan keterampilan, teknologi produksi yang rendah, hubungan industri yang buruk, dan manajemen sumber daya manusia yang buruk (9). Selama bertahun-tahun, para peneliti telah menemukan bahwa produktivitas dipengaruhi oleh *influencer* yang relatif sedikit, dan pekerja umumnya menyadari apa itu *influencer* (10). Dengan demikian, *influencer* tersebut berasal dari material, tenaga kerja, modal, informasi dan waktu.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disintesis bahwa produktivitas adalah perbandingan antara output dibagi dengan input dilakukan pemanfaatan material, tenaga kerja, modal, informasi dan waktu secara efektif dan efisien.

2. Motivasi

Kata "motivasi" berasal dari kata kerja Latin "*movere*" yang berarti sesuatu yang membuat seseorang bergerak (11). Motivasi merupakan faktor yang menentukan keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu (12). Dengan perkataan lain, motivasi sebagai kesediaan seseorang mengeluarkan energi untuk mencapai tujuan (13).

Ahli teori motivasi mengorganisasikan asumsi-asumsi yang bertingkat-tingkat ini ke dalam hierarki: jika individu berada dalam mode bertahan hidup, motif ekonomi akan mendominasi; jika kebutuhan hidup terpenuhi, kebutuhan sosial akan muncul; jika kebutuhan sosial terpenuhi, kebutuhan aktualisasi diri dilepaskan (14). Dalam istilah yang lebih teknis, motivasi adalah sejauh mana seseorang membuat pilihan tentang tujuan untuk mengejar dan upaya yang akan ia curahkan untuk mengejar itu (15). Motivasi juga

merupakan proses dimana kegiatan yang diarahkan pada tujuan ingin dicapai dan dipertahankan (16). Oleh karena itu, motivasi terkait dengan kesempatan seseorang untuk mandiri atau tidak dan membuat pilihan-pilihan kegiatan yang penting. Untuk menjadi mandiri, memungkinkan seseorang merasa bahwa mereka memiliki kendali atas kegiatannya sendiri.

Kebanyakan profesional menyimpulkan adanya motivasi dari indikator perilaku sebagai berikut. *Pertama*, pilihan tugas, atau minat, ketika seseorang memiliki pilihan, apa yang ia pilih untuk dilakukan menunjukkan dimana motivasinya berada. Ini merupakan indikator penting, seseorang dapat menunjukkan minatnya dengan apa yang ia lakukan ketika ia memiliki waktu luang dan dapat memilih di antara berbagai kegiatan. *Kedua*, upaya, seseorang yang termotivasi untuk bekerja cenderung mengeluarkan upaya untuk berhasil. Seseorang yang termotivasi untuk bekerja cenderung mengeluarkan upaya mental yang lebih besar selama pengajaran dan menggunakan strategi kognitif yang mereka yakini akan mendorong pembelajaran. *Ketiga*, kegigihan atau waktu yang dihabiskan untuk suatu pekerjaan, seseorang yang termotivasi untuk bekerja lebih cenderung bertahan, terutama ketika ia menghadapi hambatan. Ketekunan adalah penting karena banyak pembelajaran membutuhkan waktu dan kesuksesan mungkin tidak mudah terjadi. *Keempat*, prestasi, seseorang yang memilih untuk terlibat dalam tugas, upaya yang gigih, dan bertahan cenderung mencapai di tingkat yang lebih tinggi (16).

Motivasi sering digambarkan memiliki tiga fungsi. *Pertama*, memberi energi atau mengaktifkan perilaku. Motivasi dalam hal ini sebagai penggerak untuk semua

aktivitas yang dilakukan. *Kedua*, perilaku mengarahkan. Ini menentukan arah yang ingin dicapai, sehingga motivasi dapat memberikan arah dan kegiatan yang sesuai dengan tujuan. *Ketiga*, mengatur kegigihan perilaku, merangsang perhatian. Itu berarti memutuskan tindakan apa yang harus dilakukan yang sesuai untuk mencapai tujuan dengan menghilangkan tindakan yang tidak berguna untuk tujuan itu (17).

Berdasarkan definisi para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa ada dua macam motivasi yang mendorong seseorang melakukan sesuatu, yaitu motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. *Pertama*, motivasi intrinsik, yaitu motivasi untuk terlibat dalam suatu kegiatan untuk kepentingannya sendiri (16). Ini dipenuhi oleh penguatan internal dan karenanya tidak tergantung pada tujuan eksternal. Motivasi intrinsik merupakan kondisi yang berasal dari diri seseorang yang dapat mendorongnya untuk melakukan suatu kegiatan atau bekerja, itu termasuk perasaan bahagia dan keharusan untuk melakukannya. *Kedua*, motivasi ekstrinsik, yaitu motivasi yang berasal dari insentif eksternal (12). Motivasi ekstrinsik tergantung pada kebutuhan yang harus dipenuhi oleh dorongan eksternal. Motivasi ekstrinsik merupakan kondisi yang datang di luar diri seseorang yang juga dapat mendorongnya untuk melakukan suatu kegiatan atau bekerja, itu termasuk pujian dan hadiah, aturan, dan penghargaan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disintesis bahwa motivasi adalah suatu dorongan kehendak yang menyebabkan seseorang melakukan suatu perbuatan untuk mencapai tujuan tertentu.

3. Keterampilan

Secara historis, istilah 'keterampilan' digunakan untuk merujuk pada pekerja kerajinan tangan dan teknolog (18). Keterampilan merupakan kemampuan untuk mengoperasikan pekerjaan secara mudah dan cermat. Keterampilan berawal dari keterbiasaan yang sering dilakukan dalam menyelesaikan suatu pekerjaan. Jika seseorang sering melakukan dan terbiasa dalam menghasilkan suatu pekerjaan maka keterampilan juga akan muncul dengan sendirinya. Orang-orang yang berasal dari latar belakang yang berbeda memandang keterampilan secara berbeda, misalnya dalam bidang ekonomi tenaga kerja dianggap sebagai modal manusia dan investasi dalam keterampilan dengan cara yang sama seperti modal fisik harus menghasilkan hasil positif; sedangkan dalam keterampilan sosiologi lebih dianggap dalam konteks sosial sebagai status (19).

Keterampilan yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan, sebagai berikut. Keterampilan literasi dasar, merupakan keterampilan dasar yang pasti dimiliki setiap orang seperti membaca, menulis, berhitung, dan mendengarkan (20). Keterampilan konseptual, merupakan kemampuan mental untuk mengkoordinasikan dan mengintegrasikan semua kepentingan dan kegiatan organisasi. Keterampilan administratif, semua kemampuan yang berkaitan dengan perencanaan, pengorganisasian, mengatur staf, dan pengawasan. Keterampilan teknis, yaitu keterampilan untuk menggunakan peralatan, prosedur, atau teknik dari bidang tertentu (21). Keterampilan hubungan manusia, yaitu keterampilan mengembangkan hubungan yang harmonis antara semua anggota lembaga atau organisasi (22). Keterampilan membuat keputusan yang merupakan keterampilan untuk mengidentifikasi masalah sambil

menawarkan berbagai solusi alternatif untuk masalah yang dihadapi (23). Keterampilan manajemen waktu adalah keterampilan dalam menggunakan dan mengelola waktu seproduktif mungkin (24). Keterampilan Teknologi yang merupakan kemampuan seseorang dalam menguasai teknologi sebagai sarana untuk mendukung pekerjaan atau bisnis mereka (25).

Manajer memerlukan tiga keterampilan administrasi dasar. Keterampilan teknis adalah pengetahuan dan keterampilan dalam bidang khusus, seperti teknik, komputasi, akuntansi atau manufaktur. Keterampilan pribadi mencakup kemampuan untuk bekerja dengan baik dengan orang lain, baik secara individu maupun sebagai kelompok. Akhirnya, keterampilan konseptual adalah keterampilan yang harus dimiliki manajer untuk memikirkan dan membuat konsep situasi abstrak dan rumit (26).

Berdasarkan uraian di atas, dapat disintesis bahwa keterampilan adalah aktivitas dalam mengoperasikan pekerjaan secara mudah dan cermat.

4. Pengetahuan Pemasaran

Pengetahuan pada hakikatnya merupakan informasi atau maklumat yang diketahui atau disadari oleh seseorang yang dibangun dari pengalaman diri seseorang itu sendiri. Pengetahuan merupakan struktur konseptual yang dibangun dari pengalaman diri sendiri dan diuji kembali dalam keadaan yang sebenarnya (27). Pengetahuan adalah apa yang orang pandang, akui, identifikasi, atau temukan dari analisis data dan informasi (28). Dengan demikian, pengetahuan merupakan berbagai gejala yang ditemui dan diperoleh manusia melalui pengamatan indrawi. Oleh karena itu, pengetahuan

dapat dikatakan sebagai produk dari belajar. Pengetahuan merupakan hasil dari kegiatan belajar (29). Pengetahuan bukan sekedar produk akhir dari kegiatan pembelajaran sebelumnya tetapi juga menjadi pedoman pembelajaran baru (29).

Dimensi pengetahuan ada empat, yaitu: factual, konseptual, procedural, and metakognitif (30). Lebih lanjut dijelaskan sebagai berikut. *Pertama*, faktual meliputi pengetahuan tentang terminologi dan ciri-ciri khusus. *Kedua*, konseptual meliputi: pengetahuan mengenai klasifikasi dan kategori, prinsip dan generalisasi, serta teori, model, dan struktur. *Ketiga*, prosedural meliputi: pengetahuan mengenai keterampilan dan logaritma, teknik dan metode, serta kriteria yang digunakan untuk menentukan dan atau menilai "kapan harus melakukan" dalam ranah dan disiplin ilmu tertentu. *Keempat*, metakognitif meliputi: pengetahuan strategik, pengetahuan tentang tugas kognitif, pengetahuan kontekstual dan kondisional, serta pengetahuan itu sendiri (30). Dengan demikian pengetahuan dapat dipahami sebagai segala informasi yang tersimpan dalam ingatan seseorang yang memungkinkan dirinya dapat memanfaatkan informasi itu dalam menunjang kehidupannya, meliputi dimensi faktual, konseptual, prosedural, metakognitif.

Pemasaran merupakan aktivitas dicirikan sebagai tugas manajemen yang melibatkan perencanaan konsepsi produk, harga, promosi, dan distribusi untuk memenuhi permintaan konsumen (31). Pemasaran juga berupa seperangkat tindakan kewirausahaan yang menjadi bagian dari proses manajemen yang menghubungkan antara bisnis dengan konsumennya dan dapat dikonfigurasi dalam beberapa cara (32). Aktivitas ini biasanya diukur dari jumlah pekerjaan manajerial yang dilaksanakan dalam

penjualan, mengubah input menjadi output (33).

Fokus utama strategi pemasaran adalah mengalokasikan dan mengoordinasikan sumber daya dan kegiatan pemasaran secara tepat untuk memenuhi tujuan perusahaan dalam pasar/produk tertentu (34). Strategi pemasaran umumnya dianalisis melalui pelaksanaan bauran pemasaran - produk, harga, tempat, dan promosi (35). Bauran pemasaran menjadi bagian dari kapasitas pemasaran, misalnya: adaptasi proses pemasaran, penggunaan informasi pasar untuk mengembangkan proses pemasaran, dan lain-lain (36).

Berdasarkan uraian di atas, dapat sintesiskan bahwa pengetahuan pemasaran adalah kemampuan tingkat awal dalam domain kognitif hasil belajar yang mengarah pada ingatan, meliputi fakta, konsep, prosedur, dan metakognisi mengenai aktivitas yang melibatkan perencanaan konsepsi produk, harga, promosi, dan distribusi untuk memenuhi permintaan konsumen.

Pengembangan Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kajian teori di atas, hipotesis penelitian dikembangkan sebagai berikut.

1. Motivasi berpengaruh langsung positif terhadap produktivitas.
2. Keterampilan berpengaruh langsung positif terhadap produktivitas.
3. Pengetahuan pemasaran berpengaruh langsung positif terhadap produktivitas.
4. Motivasi berpengaruh langsung positif terhadap pengetahuan pemasaran.

Keterampilan berpengaruh langsung positif terhadap pengetahuan pemasaran.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi, keterampilan, dan pengetahuan pemasaran terhadap produktivitas masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode survei

dengan analisis kausal (*path analysis*). Sampel penelitian terdiri dari 100 ibu rumah tangga di Desa Tangsi Jaya, Kecamatan Gununghalu, Kabupaten Bandung Barat. Dari populasi serta kerangka sampling 120 orang berdasarkan Table of Cohen Manion dan Morrison dengan tingkat kepercayaan 90% pada alpha 0,05 dengan teknik *Simple Random Sampling* diperoleh 100 sampel (13). Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Sebelum menguji hipotesis, uji normalitas estimasi kesalahan regresi dilakukan terlebih dahulu menggunakan teknik Lilliefors dan uji signifikansi dan linieritas model regresi linier sederhana dilakukan sesuai dengan model hubungan antarvariabel yang dirumuskan dalam model penelitian teoretis menggunakan Analisis Varians (ANOVA).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Motivasi Berpengaruh Langsung Positif terhadap Produktivitas

Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 20 menemukan bahwa koefisien jalur Motivasi (X1) ke Produktivitas (Y) atau β_1 sama dengan 0,202 signifikan pada $\alpha = 0,05$. Dengan demikian H0 ditolak dan H1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien jalur signifikan. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh langsung positif Motivasi terhadap Produktivitas. Ini mendukung teori yang mengatakan bahwa motivasi kerja sangat mempengaruhi produktivitas kerja. Motivasi tinggi akan menghasilkan produktivitas tinggi dan motivasi rendah akan mengurangi produktivitas (3). Ini berarti bahwa motivasi kerja seseorang akan dirangsang ketika diberi tanggung jawab dan dihadapkan dengan proses kolaboratif antar pribadi organisasi, faktor lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan (4). Inilah yang membuat motivasi mampu meningkatkan produktivitas. Pendapat serupa mengatakan bahwa motivasi dan produktivitas telah menjadi bahan perdebatan tanpa akhir oleh para ahli teori motivasi. Sementara yang lain berpendapat bahwa motivasi dapat dirancang untuk mempengaruhi kinerja dan

produktivitas, bagi orang lain itu adalah fungsi dari kemampuan (14).

Keterampilan Berpengaruh Langsung Positif Terhadap Produktivitas

Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 20 menemukan bahwa koefisien jalur Keterampilan (X2) ke Produktivitas (Y) atau β_2 sama dengan 0,166 signifikan pada $\alpha = 0,05$. Dengan demikian H0 ditolak dan H1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien jalur signifikan, oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh langsung positif Keterampilan terhadap Produktivitas. Ini mendukung pernyataan bahwa faktor individu yang mempengaruhi produktivitas adalah kompetensi dan keterampilan secara keseluruhan (2). Tenaga kerja memiliki campuran keterampilan yang tepat pada waktu yang tepat untuk bertindak sebagai dukungan untuk melakukan pekerjaan mereka secara produktif (15).

Pengetahuan Pemasaran Berpengaruh Langsung Positif Terhadap Produktivitas

Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 20 menemukan bahwa koefisien jalur Pengetahuan Pemasaran (X3) ke Produktivitas (Y) atau β_3 sama dengan 0,233 signifikan pada $\alpha = 0,05$. Dengan demikian H0 ditolak dan H1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien jalur signifikan. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh langsung positif Pengetahuan Pemasaran terhadap Produktivitas. Ini mendukung pendapat bahwa produktivitas harus diukur berdasarkan indeks tertentu dan untuk periode tertentu. Faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas, meliputi: personel, manajemen, pendidikan, motivasi, teknologi, dan budaya. Salah satu faktor individu adalah tingkat pendidikan akademik/teknis/kejuruan sebelumnya, termasuk pengetahuan yang telah diperoleh (2). Penekanannya pada pengetahuan sebagai alat produksi, organisasi ditantang untuk mengarahkan produktivitas karyawan mereka dalam membuat pengetahuan lebih produktif (16).

Motivasi Berpengaruh Langsung Positif Terhadap Pengetahuan Pemasaran

Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 20 menemukan bahwa koefisien jalur Motivasi (X1) ke Pengetahuan Pemasaran (X3) atau β_{31} sama dengan 0,483 signifikan pada $\alpha = 0,05$. Dengan demikian H0 ditolak dan H1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien jalur signifikan. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh langsung positif Motivasi terhadap Pengetahuan Pemasaran. Ini mendukung pendapat bahwa motivasi dan kepercayaan adalah faktor yang mempengaruhi pengetahuan, dan keduanya meningkatkan pengetahuan (17). Demikian juga hasil penelitian bahwa motivasi merupakan faktor yang sangat signifikan dalam mencapai hasil akademik (18).

Keterampilan memiliki Efek Langsung Positif pada Pengetahuan Pemasaran

Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 20 menemukan bahwa koefisien jalur Keterampilan (X2) ke Pengetahuan Pemasaran (X3) atau β_{32} sama dengan 0,130 signifikan pada $\alpha = 0,05$. Dengan demikian H0 ditolak dan H1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien jalur signifikan. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh langsung positif Keterampilan terhadap Pengetahuan Pemasaran. Ini mendukung pendapat bahwa seseorang yang memiliki keterampilan konseptual mampu mengoordinasikan dan mengintegrasikan semua minat dan kegiatan organisasi (7). Ini termasuk kemampuan seseorang untuk melihat organisasi secara keseluruhan dan memahami hubungan antara bagian-bagian yang saling tergantung, memperoleh, menganalisis, dan menafsirkan informasi yang diterima dari berbagai sumber, termasuk pengetahuan pemasaran. Ini juga mendukung hasil penelitian bahwa pelatihan keterampilan menghasilkan peningkatan pengetahuan dan kompetensi (19).

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variasi produktivitas masyarakat Desa Tangsi Jaya Kecamatan Gununghalu - Kabupaten Bandung Barat secara langsung dipengaruhi oleh variasi motivasi, keterampilan, dan pengetahuan

pemasaran. Variasi dalam pengetahuan pemasaran secara langsung dipengaruhi oleh variasi dalam motivasi dan keterampilan. Karena itu, peningkatan produktivitas masyarakat dapat dilakukan dengan meningkatkan pengetahuan pemasaran, motivasi, dan keterampilan. Ini dapat dilakukan dengan program peningkatan pengetahuan pemasaran melalui desain pembelajaran berbasis masyarakat

REFERENSI

- Linna P. Defining and measuring productivity in the public sector: managerial perceptions. *Int J of Public Sector Management* Vol. 23 No. 3. 2010. Emerald Group Publishing Limited 0951-3558 DOI 10.1108/09513551011032491. P. 301.
- Afsharian M, Mirghasemi SM, Ebadzadeh K, and Bakhshi NK. A Study of the Factors Affecting Productivity.” *AENSI J. Advances in Environmental Biology*, 7(11) Oct 2013, <http://www.aensiweb.com/aeb.html> PP. 3351-3353.
- Mowen JC., Middlemist RD and Luther D. Joint Effects of Assigned Goal Level and Incentive Structure on Task Performance. A Laboratory study. *J of Applied Psychology*.66 (5) 2002. PP. 596-603.
- McGregor D M. The Human Side of Human Resources. New York: McGraw Hill Book Co.; 2002. PP. 134-156.
- Newstrom JW. Organizational Behavior. 12th Edition. New York: McGraw Hill; 2007.P. 101.
- Hendro. Dasar-Dasar Kewirausahaan. Jakarta: Erlangga; 2011. P. 167.
- Handoko H. Manajemen. Cet. 18. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta; PP. 36-37.
- Kamaluddin A dan Alfian UM. Etika Manajemen Islam. Bandung: CV Pustaka Setia; 2010. P. 162.

- Sule ET dan Saefullah K. Pengantar Manajemen. Cet. 3. Jakarta: Prenada Media; 2008.P. 19.
- Basrowi. Kewirausahaan Untuk Perguruan tinggi. Bogor: Ghalia Indonesia; 2011. P. 33.
- Prawirosentono S. Pengantar Bisnis Modern. Jakarta: Bumi Aksara; 2002. P. 44.
- Kotler P dan Armstrong G. Principles of Marketing. Global Edition. 14 Edition. New Jersey: Pearson Education; 2012. P. 5.
- Manion CL. & Morrison K. Research Methods in Education (6th ed.). London, New York: Routledge Falmer; 2007. P. 104.
- Upev MT, Chorun MT and Idachaba JA. The Effects of Motivation on Staff Productivity/Performance at the Francis Sulemanuu Idachaba Library, University Of Agriculture, Makurdi-Nigeria." *IOSR-JRME* e-ISSN: 2320–7388, p-ISSN: 2320–737X Volume 5, Issue 2 Ver. III (Mar - Apr. 2015), PP. 01-07 www.iosrjournals.org.
- Abdel-Wahab MS, Andrew R J, Dainty, Ison SG, Bryer L and Hazlehurst G. Definition of Productivity, Skills and Training. [cited 2005 May 5] Available from: <http://www.irbnet.de/daten/iconda/CIB10630.pdf>. P. 209.
- Yusuf NI, Nasrek MN, Noordin SA and Johare R. Job Design and Knowledge Productivity: A Conceptual Framework. *Proceeding of the 19th IBIMA Conference*, 12-13th November 2012, Barcelona (ISBN: 978-0-9821489-8-3). P. 1.
- Javadi MHM, Zadeh ND, Zandi M and Yavarian J. Effect of Motivation and Trust on Knowledge Sharing and Effect of Knowledge Sharing on Employee's Performance. *Int J of Human Resource Studies*. ISSN 2162-3058 2012, Vol. 2, No. 1. P. 211
- Taurina Z. Students' Motivation and Learning Outcomes: Significant Factors in Internal Study Quality Assurance System." *Int J for Cross-Disciplinary Subjects in Education (IJCDSE)*, Special Issue Volume 5 Issue 4. 2015. Copyright © Infonomics Society. P. 2629.
- Els C, Van der Merwe JL, Harvey J and Steyn P. The effect of skills training on attitudes, knowledge and clinical uptake of post placental intra-uterine device use. *Healthcare in Low-resource Settings*. 3:5278. Licensee PAGE Press, Italy doi:10.4081/hls.2015.5278. P. 40