BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Lampiran keputusan menteri koperasi dan pembinaan pengusaha kecil nomor 961/KEP/M/XI/1995 Kewirausahaan adalah semangat,sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menerapkan cara kerja yang lebih efisien, keberanian mengambil resiko, kreativitas, inovasi serta meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan memperoleh keuntungan yang lebih besar. Dari sudut pandang para pemegang peranan kunci masyarakat, termasuk diantaranya adalah pembuat kebijakan dan akademisi, kewirausahaan cenderung diasosiasikan dengan perkembangan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat, yang mana kewirausahaan tersebut bertumbuh dan berkembang. Berkembangnya perekonomian di suatu negara tidak terlepas dari peran para pengusaha swasta besar, menengah maupun kecil. Wirausaha turut berperan dalam pertumbuhan dan perkembangan infrastruktur negara tersebut.

Pertumbuhan ekonomi Kota Medan yang semakin pesat mempunyai konsekuensi tersendiri untuk perkembangan usaha, terutama di daerah Pancing Medan Tembung. Kawasan Pancing merupakan kawasan padat penduduk dengan variasi usaha yang cukup kompleks khususnya sektor usaha cafe, daerah Pancing Medan Tembung berlokasi sangat strategis karena dekat dengan pusat perkantoran dan pendidikan, dimana salah satunya adalah Universitas Negeri Medan, dan menjadi jalur lintas menuju pintu tol Belmera serta adanya pasar raya MMTC yang menjadi sentra penjualan sayur dan buah untuk kota Medan

Dewasa ini, setiap kegiatan usaha dituntut dapat terus berkembang untuk menghadapi setiap peluang dan ancaman yang bersumber dari persaingan antar satu usaha dengan usaha yang lainnya. Dalam menghadapi persaingan, suatu usaha diharuskan memiliki strategi yang tepat, sehingga dapat membantu usaha tersebut untuk terus bertahan dan memiliki keunggulan bersaing dibandingkan dengan usaha lainnya, pada beberapa tahun belakangan ini, banyak bermunculan variasi usaha baru dengan tingkat kreatifitas dan inovasi tinggi. Usaha kuliner merupakan usaha yang sangat berkembang di Indonesia, munculnya berbagai produk makanan yang baru,

didukung adanya jargon wisata kuliner, trend mengkonsumsi berbagai variasi produk usaha kuliner dan dipermudahnya dengan adanya aplikasi pada smartphone, pemesana dapat lebih muda serta *delivery*

Berdasarkan hasil penelitian prasurvei yang dilaksanakan oleh peneliti ditemukan bahwa faktor-faktor yang mendorong pemilik usaha cafe membuka usahanya di daerah Pancing Medan Tembung yaitu untuk memenuhi kebutuhan hidup, peluang terhadap terjadinya keberhasilan usaha cukup besar, keuntungan diperoleh yang jauh lebih besar dibandingkan gaji yang diterima saat menjadi karyawan, dan waktu kerja yang jauh lebih fleksibel dibandingkan saat menjadi karyawan atau pegawai disuatu perusahaan.

Saat ini di daerah Pancing Medan Tembung sudah banyak berdiri usaha – usaha, dimana salah satunya adalah usah cafe, yaitu ada 55 pengusaha cafe di daerah Pancing Medan Tembung. Dengan semakin banyaknya jumlah usaha cafe maka akan berdampak terhadap peningkatan persaingan usaha yang terjadi.

Tabel 1.1
Daftar Nama Cafe di Daerah Pancing Medan

NO	**NAMA CAFE**		**NAMA CAFE**
1	D'JONG Cafe	29	Kupie Aceh JR Ulee Kareng Cafe
2	B-One Cafe	30	R2 Cofe Shop & Cafe
3	Istana Cafe The Praak	31	Arena Cofe
4	Kita-Kita Cafe	32	Warkop Har
5	Ruang Lima Cafe	33	Warkop DWS
6	Sogoe Kupai Cafe	34	Warkop Desember
7	Nasgor Pataya Cafe	35	Kocok Cafe
8	Real Family Cafe	36	Cabe Cafe
9	Soemar Cafe	37	D & R Cafe
10	Khop Khupi Cafe	38	Gerai Cofee Cafe
11	Ray Cafe	39	Cafe Mie Aceh Maydar
12	Kopi Tengku Cafe	40	Warkop Gerobak
13	Black Area Cafe	41	Kopi Clasik Cafe
14	Sejiwa Cafe	42	Exist Cofe
15	Blue Cafe	43	Aceh Corner
16	Kampoes Cafe	44	Matador Country
17	Exit Cafe	45	Keude Bromo Kupai
18	Filedelfia Cafe	46	I'm Cofe
19	Cofee Shop Suramadu	47	Kedai kopi Coklat
29	Anugerah Cafe	48	Funture Cafe
21	Mie Aceh Erwadi	49	DMD Cafe

22	Cofe Bray Cafe	50	Arkana Cafe
23	Blessing Cofe Cafe	51	Doktor Cafe
24	Ray Cofe Cafe	52	Bromo Keude Cofe
25	Labasta Cafe	53	Jontor Cafe
26	Mr. One Cafe	54	Sandiwara Cafe
26	Cory Cafe	55	Soulhot Cafe
28	Rangkuti Cafe Dan Cofe Shop		

Sumber : Hasil Pra-Survei Penulis (2018)

Berdasarkan Tabel 1.1 diperoleh informasi bahwa dengan Jumlah cafe di daerah Pancing Medan Tembung tergolong banyak, sehingga mengharuskan setiap pemilik usaha mampu menciptakan konsep dan strategi usaha kuliner yang berbeda dibandingkan usaha pesaing, yang dapat berdampak terhadap kelangsungan dari usaha tersebut.

Berdasarkan hasil pra-survei yang dilaksanakan oleh peneliti terhadap beberapa pemilik cafe serta konsumen tentang apa yang menjadi masalah untuk usaha cafe dan hal yang membuat konsumen tidak berminat lagi untuk kembali kecafe yang dikunjunginya, diperoleh informasi bahwa masalah yang terjadi adalah persaingan antar usaha cafe di daerah Pancing Medan Tembung, dimana ditemukan bahwa mayoritas cafe sangat jarang menciptakan inovasi dan kreasi terhadap makanan dan minuman yang ditawarkan kepada konsumen, contohnya usaha cafe di daerah Pancing Medan Tembung masih belum memperhatikan *store atmosphere* dari lokasi usahanya dan masih ditemukan beberapa cafe di daerah Pancing medan Tembung tidak mampu memberikan pelayanan yang prima terhadap konsumennya, yang termasuk kedalam pengetahuan kewirausahaan, karakteristik kewirausahaan dan *Social Support* seseorang berwirausaha

Tabel 1.2
Daftar Cafe Yang Sudah Tutup/Berganti Nama Daerah Pancing Medan Tembung

NO	NAMA CAFE	KETERANGAN
1	Raja Pedas cafe	Tutup
2	Lagoon Cafe	Tutup
3	3 M cafe	Ganti nama jad i Rumah Makan Terima Kasih
4	Bola Cafe	Berganti menjadi Pasgo Plasytation 3
5	Gerai Kopi Cafe	Berganti menjadi Mie Aceh Ngerempah Cafe
6	Kedai Kita Cafe	Tutup

7	Tempuling Cafe	Tutup
8	K'Cafe	Tutup
9	Warkop bang pan	Tutup

Sumber : Hasil Pra-SurveiPenulis (2018)

Berdasarkan hasil pra-survei diperoleh informasi bahwa beberapa cafe di daerah Pancing medan Tembung tidak melaksanakan tugas pokoknya menghasilkan produk makanan dan minuman yang penuh dengan kreativitas dan memiliki cita rasa yang enak tetapi banyak cafe di daerah Pancing Medan Tembung hanya berfokus menyediakan layanan pendukung seperti *Wifi*, *Wide Screen*, dan lain sebagainya, sehingga banyak konsumen cafe di daerah Pancing Medan Tembung terkesan hanya membeli layanan dan fasilitas yang disediakan dan bukan berniat untuk membeli produk makanan dan minuman yang dijual yang berakibat pada tutupnya beberapa usaha cafe di daerah Pancing Medan Tembung

Juga diperoleh informasi bahwa sebelum berminat menjadi seorang wirausaha dan menciptakan suatu bisnis dengan tingkat kompetitif yang tinggi dan umur usaha yang panjang. Seorang pemilik usaha atau bisnis diharuskan memiliki pengetahuan kewirausahaan, karakteristik kewirausahaan dan *social support* yang baik, sehingga akan mendorong usaha tersebut menemukan cara kerja baru, teknologi yang baru dan produk baru atau memberi nilai tambah terhadap produk yang dijual kepada konsumen.

Pada penelitian terdahulu (Pasaribu,2018), terdapat masalah pada Cafe dan *Coffee Shop* di kawasan Medan Sunggal, yaitu kurangnya pengetahuan kewirausahaan mengenai pengetahuan tentang usaha yang dirintis seperti cara memasarkan produk pada masyarakat, membuat promosi untuk menarik pelanggan dan pengetahuan dalam mengelola usaha dengan baik untuk mencapai tujuan. Selain itu, karakteristik pelaku usaha Cafe dan *Coffee Shop*di kawasan Medan Sunggal dimana percaya diri sangat mempengaruhi keberhasilan usahanya Serta penelitian terdahulu tentang *Social Support* yaitu pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap keberhasilan usaha pada distro dan butik di kawasan jalan Dr.Mansyur Medan (Zahra, 2015).

Keberhasilan usaha sangat penting dilakukan oleh wirausaha untuk dapat mempertahankan posisinya dipasar dan dapat menarik konsumen menjadi konsumen yang loyal terhadap usaha yang dijalankan, peluang kegagalan dalam pengelolaan usaha cafe akan lebih besar dibandingkan dengan usaha yang berskala menengah atau besar. Hal ini dikarenakan pada level cafe sebuah usaha harus memiliki perhatian dan optimalisasi pada pengelolaannya, menjadi

salah satu faktor keberhasilan yaitu pengetahuan kewirausahaan, karakteristik kewirausahaan, dan s*ocial support*.

Bekal pengetahuan kewirausahaan itu meliputi pengetahuan tentang usaha yang dijalankan, cara menjalankan usaha tersebut, pengetahuan tentang manajemen, operasional, pemasaran dan lain-lain. Menurut Hisrich (2008) dalam Sarwono dan Nugroho (2013:205) "pengetahuan kewirausahaan adalah dasar dari sumber daya kewirausahaan yang terdapat didalam mandiri individu". Pemilik usaha perlu memahami pengetahuan dimulai dengan kemampuan untuk memperoleh, mengembangkan usaha, mengelola, memanfaatkan informasi pengetahuan, dan pengetahuan organisasi serta mengelola pengetahuan pekerja. Menurut Afuah (2003:58) mengemukakan : "tiga sifat seberapa baik wirausaha melakukan kegiatan pada pengetahuan yaitu *newness, quantity, dan tacitness*".

Karakteristik wirausaha adalah sebagai ciri khas atau bentuk-bentuk watak atau karakter, corak tingkah laku, atau tanda khusus yang melekat pada diri setiap wirausaha dalam mengelola usahanya untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Menurut Sinaga (2016:25) bahwa ciri-ciri dan watak kewirausahaan haruslah memiliki, percaya diri dan optimis, Berorientasi pada tugas dan hasil, Berani mengambil resiko dan mempunyai tantangan, berjiwa kepemimpinan serta mudah beradaptasi dengan orang lain dan terbuka terhadap saran serta kritik, keorisinilan yaitu inovatif, kreatif,dan fleksibel, berorientasi masa depan. Sikap atau karakteristik wirausaha merupakan bagian penting dalam kewirausahaan, karakteristik wirausaha akan menentukan keberhasilan dalam menjalankan dan mengembangkan usaha.

Social Support adalah informasi atau umpan balik dari orang lain yang menunjukkan bahwa seseorang dicintai dan diperhatikan, dihargai, dan dihormati, serta dilibatkan dalam jaringan komunikasih dan kewajiban yang timbal balik. Menurut Sarafino dan Smith (2011:81) **"Dukungan dapat datang dari banyak sumber seperti pasangan atau kekasih, keluarga, teman, dokter, atau organisasi komunitas seseorang"**. Seorang yang ingin mendirikan suatu usaha dan yang sedang menjalankan suatu usaha sangat memerlukan *Social Support* yang baik sehingga usaha yang diciptakan dan yang sedang dijalankan memiliki tingkat eksistensi yang tinggi.

Dari latar belakang diatas, penulis tertarik memilih di daerah Pancing Medan sebagai tempat penelitian. Dengan alasan tersebut penulis melakukan penelitian dengan judul

"Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Karakteristik Kewirausahaan dan *Social Support* Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Cafe di Daerah Pancing Medan Tembung)"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitan ini, maka permasalahan yang ingin dibahas dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha cafe di daerah Pancing Medan Tembung ?
2. Bagaimana karakteristik kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha cafe di daerah Pancing Medan Tembung ?
3. Bagaimana *social support* berpengaruh terhadap keberhasilan usaha cafe di daerah Pancing Medan Tembung ?
4. Bagaimana pengetahuan kewirausahaan, karakteristik kewirausahaan, dan *social support* berpengaruh terhadap keberhasilan usaha cafe di daerah Pancing Medan Tembung ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha cafe di daerah Pancing Medan Tembung .
2. Untuk mengetahui dan menganalisi pengaruh karakteristik kewirausahan terhadap keberhasilan usaha cafe di daerah Pancing Medan Tembung.
3. Untuk mengetahui dan menganalisi pengaruh *social support* terhadap keberhasilan usaha cafe di daerah Pancing Medan Tembung.
4. Bagaimana pengetahuan kewirausahaan, karakteristik kewirausahaan, dan *social support* berpengaruh terhadap keberhasilan usaha cafe di daerah Pancing Medan Tembung ?

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti, sebagai sarana untuk menambah pengetahuan teoritis dan menambah wawasan mengenai kewirausahaan.

2. Bagi wirausaha, sebagai bahan masukan dan evaluasi mereka untuk mengetahui seberapa pentingnya pengaruh pengetahuan, karakteristik kewirausaahan dan, *Social Support* terhadap keberhasilan usaha.
3. Bagi Departemen Manajemen FE UHN, sebagai tambahaan kekayaan penelitian studi kasus untuk dapat dipergunakan dan dikembangkan.
4. Bagi peneliti lanjutan, sebagai referensi yang dapat dijadikan bahan perbandingan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian berkaita dengan pengaruh pengetahuan, karakteristik kewirausaahan dan, *Social Support* terhadap keberhasilan usaha

BAB II
LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN RUMUSAN HIPOTESIS

2.1 Kewirausahaan

Menurut Sinaga (2016:1) "**Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan sebagai dasar, kiat dan sumber daya, untuk mencari peluang menuju sukses**''.Secara etimologi, kewirausahaan hakikatnya adalah suatu kemampuan dalam berfikir kreatif dan berperilaku inovatif yang di jadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, dan kiat dalam menghadapi tantangan hidup. Bahwa kewirausahaan sering dikaitkan dengan proses, pembentukan atau pertumbuhan suatu bisnis baru yang beriorentasi pada perolehan keuntungan, penciptaan nilai, dan pembentukan produk atau jasa baru yang unik dan inovatif.

Menurut Suryana (2008:2) "**Kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses pengelolaan sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda, seperti pengembangan teknologi, penemuan pengetahuan ilmiah, perbaikan produk dan jasa yang ada menemukan cara-cara baru untuk mendapatkan produk yang lebih banyak dengan sumber daya yang lebih efisien".**

Menurut Zimmerer (2002:3) "**Seorang wirausahawan adalah seseorang yang menciptakan sebuah bisnis baru dengan mengambil resiko dan ketidak pastian demi**

mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendirikannya". Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan salah satu usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menciptakan peluang dan dimanfaatkan dengan baik sehingga akan memperoleh keuntungan lebih besar dan hasilnya berguna bagi orang lain.

2.2 Keberhasilan Usaha

Keberhasilan merupakan suatu keadaan dimana seseorang mendapatkan hasil dari yang telah dilakukan atau dikerjakan.Keberhasilan mampu menjadi penentu sebuah usaha itu dapat lanjut atau berhenti, karena dapat menjadi suatu penilaian bagi perusahaan atau organisasi. Keberhasilan usaha merupakan bisnis yang mengalami pertumbuhan dari yang telah dilakukan atau dikerjakan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Menurut Porter (1991) dalam Setyawati (2012) suatu bisnis dapat mencapai keberhasilan bila tiga kondisi ini terpenuhi yaitu:

1. Tujuan perusahaan dan kebijakan fungsi-fungsi manajemen (seperti produksi dan pemasaran) harus secara kolektif memperlihatkan posisi kuat pasar
2. Tujuan dan kebijakan tersebut ditumbuhkan berdasarkan kekuatan perusahaan serta diperbaharui terus-menerus secara berkesinambungan sesuai dengan perubahan peluang dan ancaman dari lingkungan di luar perusah.
3. Perusahaan mampu memiliki dan menggali kompetensi khusus sebagai pendorong untuk menjalankan perusahaan, misalnya reputasi merek dan strategi biaya rendah

Usaha cafe mempunyai peluang sukses dan gagal. Menurut Zimmerer (1996) dalam Sinaga (2016:77) mengemukakan beberapa faktor yang menyebabkan wirausaha gagal dalam menjalankan usaha barunya, yaitu sebagai berikut:

" 1. Tidak kompeten dalam hal manajerial

2. Kurang berpengalaman, baik dalam kemampuan teknik, memvisualisasikan usaha, mengkordinasikan, mengelolah sumber daya manusia dan mengintegrasikan operasi perusahaan.

3. Kurang dapat mengendalikan keuangan

4. Gagal dalam perencanaan

5. Lokasi yang kurang memadai

6. Kurangnya pengawasan peralatan

7. Sikap yang kurang sungguh-sungguh dalam berusaha

8. Ketidakmampuan dalam melakukan peralihan/ transisi Kewirausahaan".

2.3 Indikator Keberhasilan Usaha

Menurut Noor (2007:397) kriteria- kriteria kesuksesan dapat dilihat dari beberapa hal yang penting dan dalam penelitian ini dibuat sebagai indikator keberhasilan Usaha yaitu:

"1. Laba (profitability)

Merupakan tujuan utama dari bisnis, dimana peningkatan kekayaan dari hasil penanaman modal

2. Produktivitas dan Efisiensi

Besar kecilnya produktivitas suatu usaha akan menentukan besar kecilnya produksi. Hal ini akan mempengaruhi besar kecilnya penjualan dan pada akhirnya menentukan besar kecilnya pendapatan, sehingga mempengaruhi besar kecilnya laba yang diperoleh.

3. Daya Saing

Adalah kemampuan atau ketangguhan dalam bersaing untuk merebut perhatian dan loyalitas konsumen. Suatu bisnis dapat dikatakan berhasil, bila dapat mengalahkan pesaing atau paling tidak masih bisa bertahan menghadapi pesaing.

4. Kompetensi dan Etika Usaha

Merupakan akumulasi dari pengetahuan, hasil penelitian, dan pengalaman secara kuantitatif maupun kualitatif dalam bidangnya sehingga dapat menghasilkan inovasi sesuai dengan tuntutan zaman.

5. Terbangunnya citra baik

Citra baik perusahaan terbagi menjadi dua yaitu, trust internal dan trust external. Trust internal adalah amanah atau trust dari segenap orang yang ada dalam perusahaan. Sedangkan trust external adalah timbulnya rasa amanah atau percaya dari segenap stakeholder perusahaan, baik itu konsumen, pemasok, pemerintah, maupun masyarakat luas, bahkan juga pesaing".

2.4 Faktor-faktor Keberhasilan Usaha

Menurut Suryana (2008:67) Keberhasilan seorang wirausaha ditentukan oleh beberapa faktor, yaitu sebagai berikut**:**

"1. Kemampuan dan kemauan.

Orang yang tidak memiliki kemampuan tetapi banyak kemauan dan orang yang memiliki kemauan tetapi tidak memiliki kemampuan, keduanya tidak akan menjadi wirausaha yang sukses.

2. Tekad yang kuat dan kerja keras.

Orang yang tidak memiliki tekad yang kuat tetapi mau bekerja keras dan orang yang suka bekerja keras tetapi tidak memiliki tekad yang kuat, keduanya tidak akan menjadi wirausaha yang sukses.

3. Mengenal peluang yang ada dan berusaha meraihnya ketika ada kesempatan".

Selain itu menurut Ensari dan Karabay (2014: 194) faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis UKM diklasifikasikan ke dalam kategori berikut: karakteristik pengusaha, karakteristik UKM, manajemen dan pengetahuan ,produk dan layanan, pelanggan dan pasar, cara melakukan bisnis dan kerjasama, sumber daya dan keuangan, strategi, lingkungan eksternal, dan internet.

2.5 Pengetahuan Kewirausahaan

Menurut Sudijono (2009:50) bahwa pengetahuan adalah kemampuan seseorang untuk mengingat kembali kejadian-kejadian yang sudah pernah dialami, tanpa mengharapkan kemampuan untuk menggunakannya. Pengetahuan memiliki peran yang sangat penting dalam aspek kehidupan manusia. Secara umum, pengetahuan didefinisikan sebagai segala sesuatau yang diketahui Selain itu melalui Pengetahuan pula, pengetahuan, sikap dan keterampilan dapat ditingkatkan.

Menurut Sarwono dan Nugroho (2013:204) "**Pengetahuan diyakini dapat mengembangkan berbagai potensi yang dimiliki manusia**". Kegiatan Pengetahuan tersebut perlu dirancang, diatur, dimonitor sedemikian rupa dan dievaluasi agar mampu mencapai tujuan yang telah ditentukan.Menurut Hisrich (2008) dalam Sarwono dan Nugroho (2013:205) **"pengetahuan kewirausahaan adalah dasar dari sumber daya kewirausahaan yang terdapat didalam diri individu**". Selain itu menurut Sinaga (2016:5) **"beberapa pengetahuan yang harus dimiliki wirausaha, yaitu: pengetahuan mengenai usaha yang akan dimasuki/dirintis dan lingkungan usaha yang ada pengetahuan tentang peranan dan tanggung jawab pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis".**

Menurut Alberti *et al*. (2004:9) tujuan dari Pengetahuan kewirausahaan adalah untuk memperoleh pengetahuan yang berhubungan erat dengan kewirausahaan; memperoleh ketrampilan dalam menggunakan teknik, analisis situasi usaha, dan menyusun rencana kerja; mengidentifikasi motivasi, potensi, bakat dan ketrampilan kewirausahaan dan mengembangkannya; menghilangkan resiko yang terdapat di dalam teknik analisis;mengembangkan empati dan dukungan bagi aspek unik dalam kewirausahaan; merubah sikap dan pemikiran yang salah terhadap perubahan; mendorong munculnya usaha baru; dan menstimulasi elemen sosialisasi afektif.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan bagian dari faktor kognitif yang pertama dan merupakan satu kekayaan dan kesempurnaan bagi manusia yang memiliki kemampuan menangkap, mengingat, mengulang, menghasilkan informasi sehingga otak akan bekerja dan menyimpan informasi tersebut di dalam memori. Kewirausahaan muncul apabila seseorang individu berani mengembangkan usaha-usaha dan ide-ide barunya. Pengetahuan kewirausahaan adalah kemampuan seseorang untuk menghasilkan sesuatu yang baru melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif, sehingga dapat menciptakan ide-ide atau peluang dan dapat dimanfaatkan dengan baik.

2.6 Indikator Pengetahuan Kewirausahaan

Menurut Afuah (2003:58) Tiga sifat pengetahuan menentukan seberapa baik perusahaan melakukan kegiatan yang bertumpu pada pengetahuan, kuantitas, dan pengetahuan baru, di adaptasi menjadi indikator pengetahuan Kewirausahaan sebagai berikut:

1. Kebaruan (*Newness*)

Salah satu properti penting dari pengetahuan yang menopang dan aktivitas adalah seberapa baru pengetahuan itu berfungsi atau organisasi yang melakukan aktivitas itu. Jika sangat berbeda dari pengetahuan yang ada, itu dikatakan radikal atau kompetensi menghancurkan. Jika didasarkan pada pengetahuan yang ada, semakin sulit bagi perusahaan untuk melakukan kegiatan.

2. Kuantitas (*Quantity*)

Kebaruan pengetahuan hanyalah salah satu faktor. Seberapa banyak pengetahuan baru yang lain. Perpindahan dari kaleng baja berlapis tiga ke kaleng aluminium dua potong dan perpindahan dari boeing 747 ke 777 keduanya membutuhkan pengetahuan baru. Tetapi jumlah pengetahuan yang dibutuhkan untuk pesawat jauh lebih besar dari yang dibutuhkan

untuk kaleng. Jumlah ini adalah fungsi dari kompleksitas kegiatan yang masuk ke dalam produk, yang mungkin tidak menghasilkan produk yang kompleks. Misalnya, kegiatan yang mengarah ke penemuan dan pengembangan produk farmasi adalah kompleks dan pengetahuan intensif. Namun produk akhirnya sederhana. Kegiatan yang dilakukan untuk membuat pesawat juga rumit dan membutuhkan banyak pengetahuan, dan produk akhirnya juga kompleks.

3. *Tacitness*

Pengetahuan bisa eksplisit (diartikulasikan, dikodifikasi) atau tersirat. dikatakan eksplisit jika dijabarkan secara tertulis, lisan, atau dikodekan dalam gambar, program komputer, atau produk lainnya. Itu adalah tersirat jika tidak dikodekan dan nonverbal. Pengetahuan yang diam-diam bahkan mungkin tidak bisa diucapkan secara verbal atau diartikulasikan. Pengetahuan yang diam-diam dapat dikonversi menjadi eksplisit dan sebaliknya. Dan individu memiliki citra sendiri tentang pengetahuan diam-diamnya. Gambar itu harus diartikulasikan secara tertulis, gambar, produk, atau tindakan. Seorang pelanggan mungkin memiliki beberapa gambar tentang apa yang dia butuhkan dalam suatu produk, tetapi mungkin tidak dapat menghitungnya.

2.7 Karakteristik Kewirausahaan

Karakteristik menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah sifat-sifat kejiwaan, akhlak atau budi pekerti yang membedakan seseorang dengan orang lain. Menurut Suryana dan Bayu (2010:64) “karakter Wirausaha merupakan tabiat; watak; sifat-sifat kejiwaan, akhlak, atau budi pekerti yang membedakan seseorang dari yang lain”. Berdasarkan pengertian karakteristik, maka dapat disimpulkan definisi karakteristik wirausaha sebagai ciri khas atau bentuk-bentuk watak atau karakter, corak tingkah laku, atau tanda khusus yang melekat pada diri setiap wirausaha dalam mengelola usahanya untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Karakteristik seorang wirausaha pada umumnya dapat dilihat pada saat berkomunikasi dalam rangka mengumumkan informasi maupun pada waktu menjalankan usaha dan menjalin hubungan dengan para relasi bisnis. Untuk itu, dalam menjalin hubungan bisnis dengan seseorang harus mengetahui karakteristiknya. Karena tanpa memperhatikan karakternya bisa-bisa akan rugi sendiri apabila menjalin hubungan bisnis dengan orang yang berkarakter tidak baik, sikap atau karakteristik wirausaha merupakan bagian penting dalam kewirausahaan.

Karakteristik wirausaha akan menentukan keberhasilan dalam menjalankan dan mengembangkan usaha, menurut Suryana dan Bayu (2010:67) "ciri-ciri karakter yang harus dimiliki seorang wirausaha secara garis besar adalah memiliki motivasi untuk berprestasi, berorientasi ke masa depan, tanggap dan kreatif dalam menghadapi perubahan, memiliki jaringan usaha, memiliki jiwa kepemimpinan".

Karakteristik bersifat unik dan konsisten sehingga dapat digunakan untuk membedakan antara individu yang satu dengan individu lainnya. Keunikan inilah yang menjadikan karakteristik sebagai variabel yang sering digunakan untuk menggambarkan diri individu yang berbeda dengan individu lainnya.

2.8 Indikator Karakter Wirausahan

Menurut Sinaga (2016:25) "ciri-ciri dan watak kewirausahaan dan di adaptasi menjadi indikator karakteristik wirausaha sebagai berikut:

"1. **Percaya diri dan optimis**

Wirausahawan memiliki watak memiliki kepercayaan diri yang kuat, ketidak tergantungan terhadap orang lain, dan individualistis.

2. **Berorientasi pada tugas dan hasil**

Wirausahawan berwatak butuh berprestasi, berorientasi laba, tekun dan tabah, tekad bekerja keras, mempunyai dorongan kuat, energik dan inisiatif.

3. **Berani mengambil resiko dan mempunyai tantangan**

Wirausahawan memiliki watak mampu mengambil resiko yang wajar

4. **Kepemimpinan**

Wirausahawan haruslah berjiwa kepemimpinan, mudah beradaptasi dengan orang lain, dan terbuka terhadap saran serta kritik.

5. **Keorisinilan**

Wirausahawan berwatak inovatif, kreatif serta fleksibel

6. **Berorientasi masa depan,**

Dimana wirausahawan haruslah memiliki visi dan perspektif terhadap masa depan".

2.9 *Social Support*

Menurut Sarafino dan Smith (2011:81) "**Dukungan dapat datang dari banyak sumber seperti pasangan atau kekasih, keluarga, teman, dokter, atau organisasi komunitas seseorang".** Orang-orang dengan dukungan sosial percaya bahwa mereka dicintai, dihargai, dan menjadi bagian dari jejaring sosial, seperti keluarga atau organisasi komunitas, yang dapat membantu pada saat dibutuhkan. Jadi, dukungan sosial mengacu pada tindakan yang benar-benar dilakukan oleh orang lain, atau dukungan yang diterima.

Menurut Cobb (1985) dalam Muh. Amsal *et al*.(2015:22) **"**menekankan dukungan sosial pada kepemilikan pribadi terhadap jaringan komunikasi sosial dan kebutuhan untuk bekerja sama satu sama lain". Dukungan sosial umumnya didefinisikan sebagai kehadiran orang lain yang dapat dipercaya, orang yang membuat orang lain dicintai, kesenangan yang tidak dapat dihitung.

Dukungan sosial dalam realitas dapat dipahami sebagai kepedulian terhadap seseorang, menyediakan kebutuhan orang lain, memperkuat jejaring sosial orang-orang secara global. Sumber daya ini yang diberikan kepada orang lain dapat bersifat emosional, misalnya dalam menyediakan kebutuhan keuangan, memberikan informasi yang memadai bagi mereka dan memberi mereka nasihat yang luar biasa. Dukungan sosial terdiri dari karakteristik hubungan sosial yang baik di antara orang-orang, kesiapan untuk memberi mereka bantuan. Itu terjadi melalui hubungan yang erat dengan orang lain, karena hak mereka untuk menjaga kewajiban dan mempertahankan niat baik dengan orang lain.

Menurut Muh. Amsal *et. al*. (2015:22) Dukungan sosial dapat dijelaskan dengan cara yang berbeda, bergantung pada pemahaman seseorang yang berkaitan dengannya. Ini dapat digambarkan sebagai sumber daya yang diberikan kepada orang lain, merangkul kepedulian terhadap orang lain atau memberikan sumber daya seseorang kepada orang.

Enam ketentuan dukungan sosial yang didentifikasi oleh Weiss (1974) dalam Cutrona *et. al*. (1994 : 371) sebagai berikut:

1. Pedoman (saran dan informasi)
2. Aliansi yang dapat diandalkan (bantuan nyata)
3. Keterikatan (kepedulian)
4. Integrasi sosial (kesamaan minat dan kepedulian)
5. Jaminan nilai (evaluasi positif keterampilan dan kemampuan)
6. Peluang untuk memberikan pengasuhan (memberikan dukungan kepada orang lain).

2.10 Indikator *Social Support*

Menurut Sarafino dan Smith (2011:81) menunjukkan bahwa ada lima tipe dasar dukungan sosial dan di adaptasi menjadi indikator *Social Support* sebagai berikut :

1. Dukungan emosional.

Dukungan ini melibatkan rasa empati dan perhatian terhadap individu, sehingga individu tersebut merasa nyaman, dicintai dan diperhatikan. Dukungan ini meliputi perilaku seperti memberikan perhatian dan afeksi, bersedia mendengarkan keluh kesah orang lain serta memberikan pengertian terhadap permasalahan yang dialami. Dukungan ini diperoleh dari pasangan atau keluarga.

2. Dukungan penghargaan.

Dukungan ini melibatkan ekspresi yang berupa pernyataan setuju dan penilaian positif terhadap ide-ide, perasaan dan performa orang lain, serta mendorong seseorang untuk lebih maju. Biasanya dukungan ini diberikan oleh atasan dan rekan kerja. Dukungan jenis ini, akan membangun perasaan berharga, kompeten dan bernilai.

3. Dukungan instrumental.

Bentuk dukungan ini melibatkan bantuan langsung, misalnya yang berupa bantuan finansial atau bantuan dalam mengerjakan tugas-tugas tertentu.Biasanya dukungan ini, lebih sering diberikan oleh teman atau rekan kerja, seperti bantuan untuk menyelesaikan tugas yang menumpuk atau meminjamkan uang atau lain-lain yang dibutuhkan individu. Adanya dukungan ini, menggambarkan tersedianya barang-barang (materi) atau adanya pelayanan dari orang lain yang dapat membantu individu dalam menyelesaikan masalahnya.

4. Dukungan informasi.

Dukungan yang bersifat informasi ini dapat berupa saran, pengarahan dan umpan balik tentang bagaimana cara memecahkan persoalan.Dukungan ini biasanya diperoleh dari sahabat, rekan kerja, atasan atau seseorang professional seperti dokter atau psikolog.

5. Dukungan jaringan sosial.

Dukungan ini berasal dari kelompok tertentu yang memiliki kebersamaan dan minat yang sama sehingga individu merupakan bagian dari kelompok tersebut dan merasa memiliki teman. Adanya dukungan jaringan sosial akan membantu individu untuk

mengurangi stres yang dialami dengan cara memenuhi kebutuhan akan persahabatan dan kontak sosial dengan orang lain.

2.11 Tinjauan Empiris

Penelitian terdahulu dalam penelitian ini dapat membantu penulis untuk dijadikan sebagai bahan acuan untuk melihat seberapa besar pengaruh hubungna antara variabel independen dan variabel dependen yang memiliki kesamaan dalam penelitian, yang kemudian dapat diajukan sebagai hipotesis. Beberapa penelitian yang terkait dengan variabel-variabel yang berpengaruh terhadap keberhasilan usaha adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Pasaribu Putra,2018	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Karakteristik Individu Terhadap Keberhasilan Cafe Dan Coffee Shop Di Kecamatan Medan Sunggal". Mansyur Medan	Variabel independent adalah PengetahuanKewirausahaan (X1), Karakteristik Kewirausahaan (X2),serta variabel dependent adalah Keberhasilan Usaha (Y)	Regresi Linier Berganda	1.Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikanterhadap keberhasilan Cafe Dan Coffee Shop di Kecamatan Medan Sunggal. 2. Karakteristik individu secara parsial berpengaruh positif dan signifikanterhadap keberhasilan Cafe Dan Coffee Shop di Medan Sunggal. 3.Pengetahuan kewirausahaan dan karakteristik individu secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan Cafe Dan Coffee Shop di Kecamatan Medan Sunggal.
Rahmadanita Lia ,2015	Pengaruh Pengetahuan dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Wirausaha Mikro di Kelurahan Madras Hulu Medan Polonia"	Variabel independent adalah Pengetahuan Kewirausahaan (X1) Karakteristik Kewirausahaan (X2). serta variabel dependent adalah Keberhasilan Usaha (Y).	Regresi Linier Berganda	pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada wirausaha mikro di Kelurahan Madras Hulu Medan; karakteristik kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha para wirausaha mikro di Kelurahan Madras Hulu Medan.

Zahra Wilma (2015)	Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Distro dan Butik di Kawasan Jalan Dr. Mansyur Medan.	Variabel independent adalah Faktor Internal (X1) Faktor Eksternal(X2).serta variabel dependent adalah Keberhasilan Usaha (Y)	Regresi Linier Berganda	Faktor internal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha; Faktor Eksternal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha; Faktor Internal dan Faktor Eksternal secara Simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha

2.12 Kerangka Berfikir

1. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha

Pengetahuan kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang untuk menghasilkan sesuatu yang baru melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif, sehingga dapat menciptakan ide-ide atau peluang dan dapat dimanfaatkan dengan baik maka akan memperoleh keuntungan lebih besar. Pengetahuan kewirausahaan diperoleh dari proses pembelajaran melalui materi-materi pembelajaran maupun dari sumber lainnya diharapkan dapat memberikan gambaran dan bekal mengenai kewirausahaan yang nantinya dapat dijadikan bahan pertimbangan wirausaha untuk menentukan masa depan dari usaha yang dikelolahnya**.**

Menurut Hisrich (2008) dalam Sarwono dan Nugroho (2013:205) "pengetahuan kewirausahaan adalah dasar dari sumber daya kewirausahaan yang terdapat didalam diri individu". Penelitian terdahulu oleh Pasaribu (2018) menunjukkan bahwa Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan *Cafe* Dan *Coffee Shop* di Kecamatan Medan Sunggal, dan penelitian terdahulu oleh Rahmadanita (2015) pengetahuan kewirausahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada wirausaha mikro di Kelurahan Madras Hulu Medan.

2. Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha

Menurut Suryana dan Bayu (2010:54) "**karakter Wirausaha merupakan tabiat; watak; sifat-sifat kejiwaan, akhlak, atau budi pekerti yang membedakan seseorang dari yang lain**".Karakteristik konsisten sehingga dapat digunakan untuk membedakan antara individu yang satu dengan individu lainnya. inilah yang menjadikan karakteristik sebagai variabel yang sering digunakan untuk menggambarkan diri individu yang berbeda dengan individu lainnya.

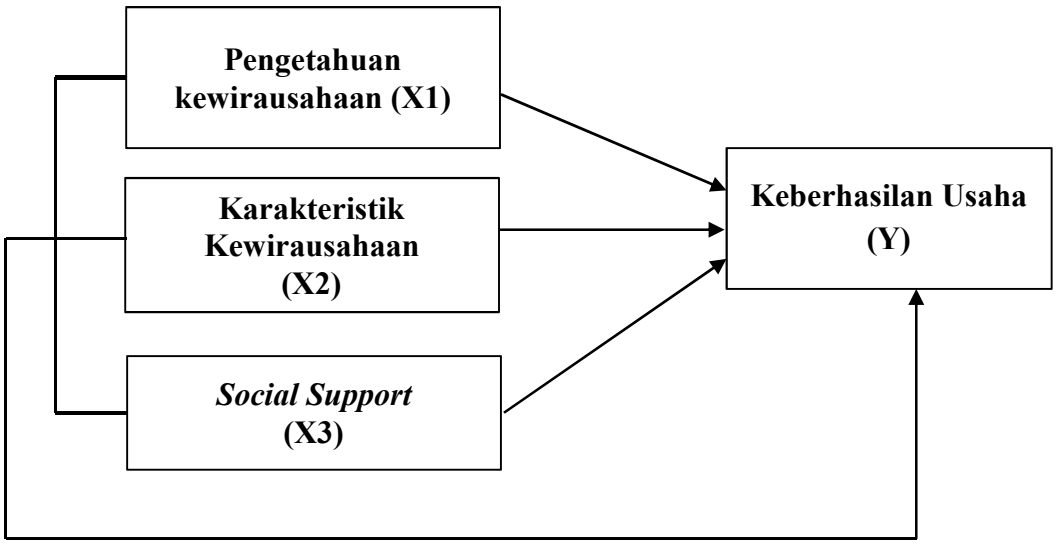
Hubungan karakteristik wirausaha pada keberhasilan usaha ialah karakteristik seorang wirausaha akan menentukan keberhasilan dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya. Karakteristik itu seperti percaya diri dan optimis, berani mengambil resiko dan menyukai tantangan, tidak suka berpangku tangan, termotivasi oleh hasrat ingin sukses. Dan penelitian terdahulu oleh Rahmadanita (2015) karakteristik kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha para wirausaha mikro di Kelurahan Madras Hulu Medan.

3. Pengaruh *Social Support* Terhadap Keberhasilan Usaha

Dukungan sosial dalam realitas dapat dipahami sebagai kepedulian terhadap seseorang, menyediakan kebutuhan orang lain, memperkuat jejaring sosial orang-orang secara global. Sumber daya ini yang diberikan kepada orang lain dapat bersifat emosional, misalnya, dalam menyediakan kebutuhan keuangan, memberikan informasi yang memadai bagi mereka dan memberi mereka nasihat yang luar biasa. Menurut Sarafino dan Smith (2011:81) "**Dukungan dapat datang dari banyak sumber seperti pasangan atau kekasih, keluarga, teman, dokter, atau organisasi komunitas seseorang**"

Seorang yang ingin mendirikan suatu usaha dan yang sedang menjalankan suatu usaha sangat memerlukan *Social Support* yang baik sehingga usaha yang diciptakan dan yang sedang dijalankan memilik keberhasilan dani tingkat eksistensi yang tinggi. Penelitian terdahulu oleh Zahra (2015) dukungan sosial faktor internal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha; Faktor Eksternal secara parsial berpengaruh positif dan signifikanterhadap keberhasilan usaha; Faktor Internal dan Faktor Eksternal secara Simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Adapun jika digambarkan secara konseptual kerangka berpikir penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Berfikir Penelitian

2.13 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2010:64) Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan perumusan masalah dan kerangka konseptual di atas, maka hipotesis penelitian yang dikemukakan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada cafe di daerah Pancing Medan Tembung
2. Karakteristik kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada cafe di daerah Pancing Medan Tembung
3. *Social support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada cafe di daerah Pancing Medan Tembung.
4. Pengetahuan kewirausahaan, Karakteristik kewirausahaan, dan *Social Support* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada cafe di daerah Pancing Medan Tembung.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih**"** (Sugiyono, 2010:10). Adapun variabel yang dihubungkan dalam penelitian ini adalah pengetahuan kewirausahaan (X1), karakteristik kewirausahaan (X2), *social support* (X3), dan keberhasilan usaha (Y).

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada cafe di daerah Pancing Medan Tembung, Sedangkan waktu penelitian dilakukan sejak bulan Oktober 2018 sampai selesai.

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2010:80) "**Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya**". Berdasarkan kualitas dan ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau objek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik. Populasi dalam penelitian ini adalah 55 pelaku usaha cafe di daerah Pancing Medan Tembung. pertimbangan pemilihan populasi yang dipilih jika sudah memenuhi kriteria, sudah berdagang di wilayah daerah Pancing Medan Tembung minimal selama 1 tahun.

Tabel 3.1
Daftar Nama Cafe di Daerah Pancing Medan

NO	NAMA CAFE		NAMA CAFE
1	D'JONG Cafe	29	Kupie Aceh JR Ulee Kareng Cafe
2	B-One Cafe	30	R2 Cofe Shop & Cafe
3	Istana Cafe The Praak	31	Arena Cofe
4	Kita-Kita Cafe	32	Warkop Har
5	Ruang Lima Cafe	33	Warkop DWS
6	Sogoe Kupai Cafe	34	Warkop Desember
7	Nasgor Pataya Cafe	35	Kocok Cafe

8	Real Family Cafe	36	Cabe Cafe
9	Soemar Cafe	37	D & R Cafe
10	Khop Khupi Cafe	38	Gerai Cofee Cafe
11	Ray Cafe	39	Cafe Mie Aceh Maydar
12	Kopi Tengku Cafe	40	Warkop Gerobak
13	Black Area Cafe	41	Kopi Clasik Cafe
14	Sejiwa Cafe	42	Exist Cofe
15	Blue Cafe	43	Aceh Corner
16	Kampoes Cafe	44	Matador Country
17	Exit Cafe	45	Keude Bromo Kupai
18	Filedelfia Cafe	46	I'm Cofe
19	Cofee Shop Suramadu	47	Kedai kopi Coklat
29	Anugerah Cafe	48	Funture Cafe
21	Mie Aceh Erwadi	49	DMD Cafe
22	Cofe Bray Cafe	50	Arkana Cafe
23	Blessing Cofe Cafe	51	Doktor Cafe
24	Ray Cofe Cafe	52	Bromo Keude Cofe
25	Labasta Cafe	53	Jontor Cafe
26	Mr. One Cafe	54	Sandiwara Cafe
26	Cory Cafe	55	Soulhot Cafe
28	Rangkuti Cafe Dan Cofe Shop		

Sumber : Hasil Pra-Survei Penulis (2018)

2. Sampel

Menurut Kuncoro (2018:122) "**sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi penelitian"**. Pada penelitian ini penulis melakukan teknik penarikan sampel secara Nonprobabilitas dengan metode sampel Jenuh dimana hasil penelitian yang diperoleh tidak terlepas dari limitasi peneliti seperti jumlah sampel yang hanya berjumlah 55 pengusaha yaitu seluruh pelaku usaha cafe di daerah Pancing Medan Tembung.

3.4 Jenis Sumber Data

Penelitian menggunakan dua jenis data dalam melakukan penelitian ini untuk membantu memecahkan masalah, yaitu **:**

1. Data Primer adalah data yang diperoleh dari responden secara langsung dilokasi penelitian melalui kuesioner dan wawancara mengenai variabel yang diteliti. Data primer dalam hal ini adalah identitas konsumen (umur usaha, bidang usaha, nama usaha, no telp, nama pemilik, alamat usaha, email).
2. Data Sekunder adalah data yang berisikan informasi dan teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian berupa informasi data dan data-data lainnya yang bersumber dari literatur atau buku yang mendukung permasalahan yang dibahas.

3.5 Metode Pengambilan Data

1. Kuesioner.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan langsung dari pengisian kuesioner (angket) yang ditujukan kepada responden tentang tanggapan atau pandanganya mengenai pengetahuan kewirausahaan dan karateristik individu terhadap keberhasilan usaha cafe di daerah Pancing Medan Tembung.

2. Metode wawancara

Merupakan suatu jenis pengumpulan data dimana peneliti mengajukan pertanyaan secara lisan untuk mendapatkan informasi apakah responden pelaku usaha cafe di dearah Pancing Medan Tembung.

3.6 Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel dalam peneliitian ini terdiri dari variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel eksogen yaitu variabel yang nilainya tidak dipengaruhi oleh variabel lain, yang termasuk variabel eksogen dalam penelitian ini adalah pengetahuan kewirausahaan, karakteristik kewirausahaan,dan *social support.* Variabel endogen yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel lain, yang termasuk variabel endogen dalam penelitian ini adalah keberhasilan usaha cafe. Definisi operasional untuk variabel-variabel dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Defenisi Variabel	Operasionalisasi	Ukuran

Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	Pengetahuan kewirausahaan adalah kemampuan seseorang untuk menghasilkan sesuatu yang baru melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif, sehingga dapat menciptakan ide-ide atau peluang dan dapat dimanfaatkan dengan baik	Pengetahuan Kewirausahan dioperasionalkan sebagai ukuran kemampuan pelaku bisnis dalam memasarkan dan meningkatkan pembelian berdasarkan kompetensi yang diadaptasi pengetahuan kewirausahaan yaitu 1.Kebaruan (*New ness)*. 2.Kuantitas (*Quantity)* 3.*Tacitness*	Skala Ordinal
Karakteristik Kewirausahaan (X2)	karakteristik wirausaha adalah sebagai ciri khas atau bentuk-bentuk watak atau karakter, corak tingkah laku, atau tanda khusus yang melekat pada diri setiap wirausaha dalam mengelola usahanya untuk mencapai tujuan yang diharapkan	Karakteristik kewirausahan dioperasionalkan sebagai ukuran kemampuan pelaku bisnis untuk mengelola dalam waktu tertentu berdasarkan karakteristik yang diadaptasi dalam bidang kewirausahaan yaitu 1. Percaya diri dan optimis 2. Berorientasi pada tugas dan hasil 3. Berani mengambil resiko 3. Berjiwa kepemimpinan 4. Keorisinilan 5. Berorientasi masa depan	Skala Ordinal
Social Support (X3)	Dukungan sosial umumnya didefinisikan sebagai kehadiran orang lain yang dapat dipercaya, orang yang membuat orang lain dicintai, kesenangan yang tidak dapat dihitung	*Social Support* dioperasionalkan sebagai dukungan sosial yang diterima pelaku bisnis untuk usaha yang diadaptasi yaitu 1.Dukungan Emosional 2.Dukungan Penghargaan 3.Dukungan Instrumental 4.Dukungan informasi 5.Dukungan jaringan sosial	Skala Ordinal
Keberhasilan Usaha (Y)	Keberhasilan merupakan suatu keadaan dimana seseorang mendapatkan hasil dari yang telah dilakukan atau dikerjakan, suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba.	Keberhasilan bisnis dioperasinalisasikan sebagi keadaan dimana bisnisnya mampu memenuhi target yang ditetapkan dengan kriterianya antara lain, 1. Laba atau keuntungan usaha 2. Produktifitas dan efisiensi 3. Daya saing 4.Kompetensi dan etika 5.Terbangunnya citra baik	Skala Ordinal

Sumber: diolah penulis (2018)

3.7 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

Variabel dalam penelitian ini diukur dengan skala ordinal. Skala ordinal digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Dalam penelitian ini, responden memilih salah satu dari jawaban yang tersedia, kemudian masing-masing jawaban diberi skor tertentu. Total skor inilah yang ditafsir sebagai posisi responden dalam Skala Ordinal. Peneliti memberikan enam alternatif jawaban kepada responden dengan menggunakan skala 1 sampai dengan 6 dengan alasan mencegah responden menjawab netral dan harus menentukan pilihan apa yang seharusnya dirasakan. Setiap jawaban responden akan diukur dengan ketentuan sebagaimana disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3.3

Skala Ordinl

Pilihan jawaban	Skor
Sangat setuju	6
Setuju	5
Cederung setuju	4
Cenderung tidak setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber : diolah penulis (2018)

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah pertanyaan pada suatu kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Validitas merupakan ukuran yang benar-benar mengukur apa yang akan diukur. Hal ini memusatkan perhatian pada suatu karakteristik ukuran yang sangat penting disebut validitas pengukuran. Menurut Kuncoro (2018:181) bahwa "**kriteria validitas dapat ditentukan dengan melihat nilai *Pearson corelation* dan *Sig. (2-tailed).* Jika nilai *pearson corelation* lebih besar daripada nilai pembanding berupa *r-kritis,* maka item tersebut valid. Atau jika nilai *Sig. (2-tailed)* kurang dari 0,05 berarti item tersebut valid dengan derajat kepercayaan 95 %".**

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan suatu ukuran kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan item-item pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. '**Pengujian reliabilitas ini adalah dengan menggunakan metode *alpha cronbach's* yang dimana satu kuesioner dianggap reliabel apabila *cronbach' alpha > 0,600***" (Kuncoro. 2018:181)

3.9 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah ingin mengetahui apakah data dalam sebuah model berdistribusi mengikuti/mendekati distribusi normal atau tidak. Jika data tidak berdistribusi normal, maka hasil analisis akan menjadi bias. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan *Normal P-P Plot of Regression Standarized Residual*, dan pendekatan *Kolmogrov – Smirnov*.

Dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% maka nilai *Asymp. Sig* (2-*tailed*) diatas nilai signifikansi 5% artinya variabel residual berdistribusi normal (Situmorang dan Lufti, 2008:62). Dengan kata lain data berdistribusi normal, jika nilai sig (signifikansi) $> 0{,}05$ dan data berdistribusi tidak normal, jika nilai sig (signifikansi) $< 0{,}05$.

2. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dipakai untuk menguji sama atau tidaknya varians dari residual observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varian yang sama maka disebut terjadi heterokedasitas dan sebaliknya jika variansnya tidak sama atau berbeda maka dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas. Persamaan yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Pada penelitian ini uji heterokedastisitas dilakukan dengan Uji Glejser dimana dapat dilihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dasar pengambilan keputusan (Situmorang dan Lufti, 2008:73):

1. Tidak terjadi heterokedasitas, jika nilai signifikansi > 0,05
2. Terjadi heterokedasitas, jika nilai signifikansi lebih < 0,05

3. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan linear yang sempurna diantara variabel-variabel bebas dalam regresi. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya nilai Tolerance dan *VIF* (*Varians Inflation Factors*). Kriteria yang dipakai adalah:

1. Tidak terjadi Multikolinearitas, jika nilai Tolerance ≥ 0,1
2. Terjadi Multikolinearitas, jika nilai Tolerance ≤ 0,1
3. Tidak terjadi Multikolinearitas, jika nilai VIF ≤ 5,00
4. Terjadi Multikolinearitas, jika nilai VIF ≥ 5,00

3.10 Metode Analisis Data

Metode yang digunakan peneliti adalah untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel bebas (Pengetahuan Kewirausahaan, Karakteristik kewirausahaan, dan *Social Support*) terhadap variabel terikat (Keberhasilan Usaha). Untuk memperoleh hasil yang lebih terarah, peneliti

menggunakan bantuan perangkat lunak software SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Metode regresi linear berganda yang digunakan adalah:

$$\mathbf{Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e}$$

Keterangan :

Y	: Keberhasilan Usaha
a	: Konstanta
b1,b2,b3	: Koefisien regresi berganda
X1	: Pengetahuan Kewirausahaan
X2	: Karakteristik Kewirausahaan
X3	: *Social Support*
e	: Tingkat Kesalahan (*error*)

Metode analisis dengan menggunakan regresi berganda untuk menjawab hipotesis penelitian dengan menggunakan uji T dan uji F.

1. Uji Parsial (Uji-t)

Uji-t digunakan untuk menguji apakah hipotesis yang akan diajukan diterima atau ditolak dengan menggunakan statistik. Kriteria pengambilan keputusan adalah:

1. Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X1)
   - Jika tingkat signifikansi t < 0,05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
     Artinya pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha
   - Jika tingkat signifikansi t > 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
     Artinya pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha.
2. Variabel Karakteristik Kewirausahaan (X2)
   - Jika tingkat signifikansi t < 0,05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
     Artinya karakteristik kewirausahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasialan usaha.
   - Jika tingkat signifikansi t > 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
     Artinya karakteristik kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha.
3. Variabel *Social Support* (X3)

- Jika tingkat signifikansi t < 0,05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

  Artinya *Social Support* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasialan usaha.
- Jika tingkat signifikansi t > 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

  Artinya *Social Support* berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha

2. Uji Simultan (Uji-F)

Untuk melihat pengaruh variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X1), Karakteristik Kewirausahaan (X2), dan *Social Suppor* (X3) terhadap Keberhasilan Usaha (Y) digunakan uji-F. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut :

- H_0 : b_1, b_2,b_3 = 0. Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan kewirausahaan (X1), Karakteristik Kewirausahaan (X2), dan *Social Suppor* (X3) secara bersama-sama terhadap variabel keberhasilan usaha (Y).
- H_1 : b_1, $b_2 \neq 0$. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan kewirausahaan (X1), Karakteristik Kewirausahaan (X2), dan *Social Suppor* (X3) secara bersama-sama terhadap variabel keberhasilan usaha (Y). Kriteria pengambilan keputusannya adalah:
  - H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$
  - H_0 diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika Koefisien Determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu) menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y dimana $0 < R^2 < 1$. Sebaliknya, jika R^2 semakin kecil (mendekati nol) maka akan dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) adalah kecil terhadap variabel terikat (Y). Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.