

BAB 1 PENDAHULUAN

Latar Belakang

Keberhasilan usaha adalah suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya. Keberhasilan usaha merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan, dimana segala aktivitas yang ada di dalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. keberhasilan usaha menunjukkan suatu keadaan yang lebih baik/unggul dari pada masa sebelumnya. Menurut Albert Wijaya dalam Suryana (2011) yang mengemukakan bahwa Faktor yang merupakan tujuan yang kritis dan menjadi ukuran dari keberhasilan suatu perusahaan adalah laba. Sedangkan menurut Hendry (2007) dalam Dwi Santy (2015) keberhasilan usaha adalah tujuan akhir dari sebuah perusahaan, bahwa semua kegiatan di dalamnya dimaksudkan untuk mendapatkan kesuksesan. Yang mengungkapkan bahwa kesuksesan usaha pada dasarnya adalah keberhasilan usaha dalam mencapai tujuannya. Dengan kesimpulan, keberhasilan usaha adalah keberhasilan ditandai dengan perilaku yang melibatkan inovasi, berani mengambil resiko, bekerja keras, dedikasi, berkomitmen dalam pelayanan dan kualitas, efisiensi dalam produksi dimana kondisi keadaan bertambah majunya kegiatan yang mengerahkan tenaga dan pikiran agar terjadi perubahan yang lebih baik didalam usaha.

Perkembangan ekonomi yang terjadi di indonesia begitu pesat, indonesia sebagai negara berkembang dituntut untuk mampu menjalankan roda perekonomian dengan baik, sehingga negara indonesia tidak tertinggal dari negara yang lain. Untuk mengimbangi perkembangan yang terjadi masyarakat juga dituntut untuk memiliki keahlian untuk bisa bersaing di dalam dunia kerja. Dengan adanya tuntutan ini semakin membuat masyarakat untuk lebih kreatif lagi dengan cara membuka lahan pekerjaan baru. Kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan juga ikut andil di dalam mendorong praktik kewirausahaan yang nantinya akan memunculkan berbagai penemuan-penemuan jenis produk dan juga jasa konsumen.

Eksistensi usaha kecil dan menengah ikut berperan dalam mendukung dan berkontribusi terhadap perekonomian nasional indonesia. Kontribusi tersebut meliputi: sumber penyerapan tenaga kerja, pemerataan distribusi hasil-hasil

pembangunan, dan penanggulangan kemiskinan. Untuk itu perlu mendapat perhatian dan dukungan dari berbagai kalangan. Menurut Hafsah (2004) pengembangan UKM perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat, agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Pemberdayaan UKM ditengah arus globalisasi dan juga tingginya persaingan membuat UKM harus mampu untuk bersaing menghadapi tantangan global seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, lokasi yang tepat serta perluasan area pemasaran (Sudaryanto, 2014).

Salah satu UKM di Indonesia adalah Salon Kecantikan. Menurut Hakim (2001) Salon adalah sarana pelayanan umum untuk kesehatan kulit, rambut dan tubuh dengan perawatan secara manual, preparatif, aparatif dan dekoratif yang moderen maupun tradisional, tanpa tindakan operasi (bedah). Salon kecantikan adalah sebuah bisnis yang bergerak dalam bidang jasa yang dapat dijadikan bisnis dalam jangka panjang, karena semakin kesini salon telah menjadi seperti kebutuhan fisik sehari-hari bagi wanita bahkan laki-laki juga sudah mulai menjadikan salon kecantikan sebagai kebutuhan fisik sehari-hari. Wanita mulai menunjukkan kebutuhan dan ketertarikan untuk lebih merawat tubuh dan penampilan mereka. Selain untuk mempercantik diri salon kecantikan juga dimanfaatkan konsumen yang ingin menghadiri acara spesial seperti acara wisuda, pernikahan, ulang tahun maupun acara lainnya, dapat menggunakan jasa *make up* untuk menambah penampilan seseorang dari muka hingga rambut sehingga terlihat lebih menarik.

Sejak adanya pandemi Covid-19 membawa berbagai dampak pada dunia bisnis di berbagai sektor usaha, tak terkecuali dengan salon kecantikan. Para pekerja di bidang usaha kreatif ini pun banyak yang terdampak karena merosotnya penghasilan, bahkan banyak salon-salon yang ikut tutup karna tidak adanya pemasukan sama sekali. Ema, Kepala Cabang salah satu salon kecantikan di Kota Medan mengaku minat pengunjung hingga saat ini belum sepenuhnya normal. “Kebanyakan masih pada takut” tuturnya saat ditemui Waspada Online di Smooch

Beauty Bar. Dia mengaku, menurunnya omzet membuat mereka harus turun ke lapangan, dengan menerima pesanan dari pelanggan untuk datang ke rumah. Masa pandemi ini juga mereka melakukan Home Service, supaya omzet tetap berjalan dan tidak mati. Tak hanya Ema, Nita salah satu pegawai salon pun merasakan dampaknya. Sebab gaji yang diterima sebagai pegawai selama pandemi Covid-19 mengalami penurunan. Oleh karena itu Ema berharap pandemi cepat berlalu, agar omzet dan pengunjung salon kembali normal agar tidak ada pengurangan gaji pegawai. (*wol/geb/d2. Medan, Waspada.co.id*).

Pesaing juga menjadi salah satu masalah yang harus dihadapi Salon kecantikan yang ada di kota Medan sehingga setiap Salon harus dapat mengambil tindakan supaya usaha Salon terus menerus mengalami peningkatan. Jika Salon tidak mengambil tindakan untuk menghadapi situasi tersebut maka Salon akan mengalami penurunan sehingga pendapatan yang diterima Salon akan berkurang.

Tabel 1. 1

Jumlah Salon di Kota Medan 2021

NON	Tahun		Jumlah Salon
1.	2021		45

Sumber :Data UKM Dinas Koperasi Kota Medan (2021)

Berdasarkan tabel 1.1 Data Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan (2021) diperoleh informasi bahwa terdapat 45 jumlah salon di Kota Medan. Dengan data yang ada tersebut mengharuskan setiap pemilik usaha sebagai penyedia jasa dituntut menguasai keterampilan dan mutu pelayanan terhadap pelanggan harus bagus dan mampu menciptakan konsep dan strategi usaha yang berbeda dibandingkan usaha pesaing, yang dapat berdampak terhadap kelangsungan dari usaha tersebut. Dengan adanya pesaing, maka setiap pengusaha salon akan melakukan segala cara agar usaha salonnya dapat di kenal orang, salah satunya melakukan promosi. Menurut Gitosudarmo (2000) Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

Saat 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.

Tabel 1. 2
Daftar Salon Yang Sudah Tutup di Kota Medan

No	Nama Salon	Keterangan
1.	Parna Salon	Tutup
2.	Yiu-yiu Beauty Salon	Tutup
3.	Bunga SPA&Salon	Tutup
4.	D'Rush Salon	Tutup
5.	Ratu Wijaya Salon	Tutup

Sumber :Data UKM Dinas Koperasi Kota Medan (2021)

Berdasarkan Data Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan (2021) terdapat 5 dari 45 (9%) salon ternyata tutup di tahun 2021. Menurut Zimmerman (1996) dalam Suryana (2001) beberapa faktor yang menyebabkan wirausaha gagal dalam menjalankan usaha yaitu, tidak kompeten dalam manajerial, kurang berpengalaman, kurang dapat mengendalikan keuangan, gagal dalam perencanaan, lokasi yang kurang memadai, kurangnya pengawasan peralatan, sikap yang kurang sungguh-sungguh dalam berusaha, dan ketidakmampuan dalam melakukan peralihan/transisi kewirausahaan.

Menurut Hasibuan (2000) dalam Purnama dan Suyanto (2010), motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya dan upaya untuk mencapai kepuasan kurangnya motivasi kewirausahaan akan mengakibatkan seseorang wirausaha tidak akan terarah untuk mencapai suatu tujuannya dan tidak adanya motivasi membuat wirausaha kurang bergairah dalam bekerja. Sehingga banyak pelanggan tidak mau lagi kembali ke salon yang

sama, karena mereka tidak puas dengan pelayanan yang di berikan salon kecantikan tersebut kepada mereka. Dan sehingga mengakibatkan tutupnya usaha salon di kota Medan. Menurut beberapa pelanggan salon di kota Medan tempat yang sediakan oleh sejumlah pemilik salon untuk konsumen yang cenderung menoton dan tidak memiliki nilai lebih untuk menarik konsumen ataupun pelanggan. Kualitas pelayanan usaha salon di Kota Medan sangat mempengaruhi keberhasilan usahanya. Kualitas pelayanan dibutuhkan pelaku usaha karena tanpa adanya kualitas layanan keberhasilan usaha akan sulit dicapai. Kualitas layanan akan membantu dalam menjalankan usaha serta memberi kesan kepada pelanggan.

sebelum berminat menjadi seorang wirausaha dan menciptakan suatu bisnis dengan tingkat kompetitif yang tinggi dan umur usaha yang panjang. Seorang pemilik usaha atau bisnis harus memiliki suatu motivasi kewirausahaan, dan melakukan pemilihan lokasi usaha yang baik, sehingga akan mendorong usaha tersebut menemukan cara kerja baru dan mencapai tujuannya dalam berwirausaha.

Motivasi dapat didefinisikan sebagai proses yang menjelaskan itensitas, arah dan ketekunan seseorang dalam berusaha mencapai tujuannya. Motivasi seseorang bergantung kepada seberapa kuat motif mereka. Jika dalam diri seseorang tidak memiliki motivasi, maka kegiatan yang dilakukan tidak akan maksimal Wukir (2013 : 115). Kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang berbeda untuk menghasilkan nilai dengan mencurahkan waktu dan usaha, disertai dengan penggunaan resiko, yang kemudian memberikan hasil berupa uang serta kepuasan dan kebebasan pribadi. Suryana (2011:19). Motivasi Kewirausahaan adalah suatu rangsangan yang dapat mendorong seseorang untuk melakukan suatu usaha, yang dilakukan dengan penuh semangat, kreatif, inovatif, serta berani mengambil resiko dalam rangka memperoleh keuntungan, baik berupa uang maupun kepuasan diri.

Selain motivasi kewirausahaan lokasi usaha juga secara langsung mempunyai peran penting dalam kelangsungan usaha. Lokasi merupakan salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan dalam membuka usaha, bahkan kesalahan dalam memilih lokasi bisa berakibat fatal mengingat lokasi usaha dapat

mempengaruhi kelancaran dan keberhasilan usaha, maka sangat perlu direncanakan dengan baik guna untuk memperlancar dan mencapai keberhasilan Aisha, (2017). Menurut Ujang Suwarman (2004:280),” lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja”. Sedangkan pengertian lokasi menurut Kasmir (2009:129) yaitu tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya. Menurut Nur Fu’ad, (2015) dalam penelitiannya membuktikan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan usaha adalah penentuan lokasi usaha.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mengembangkan penelitian pada salon kecantikan yang ada di kota Medan, maka penulis mengambil judul:“**Pengaruh Motivasi Kewirausahaan dan Lokasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Salon Di Kota Medan**”

Rumusan Masalah

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

1. Apakah motivasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Salon di kota Medan?
2. Apakah lokasi usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Salon di kota Medan?
3. Apakah motivasi kewirausahaan dan lokasi usaha berpengaruh secara simultan terhadap keberhasilan usaha pada Salon di kota Medan?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh motivasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha Salon di kota Medan
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha Salon di kota Medan
3. Untuk mengetahui pengaruh motivasi kewirausahaan dan lokasi usaha secara simultan terhadap keberhasilan usaha Salon di kota Medan

Manfaat penelitian

Manfaat yang dapat di peroleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, sebagai sarana untuk menambah pengetahuan teoristik dan menambah wawasan mengenai kewirausahaan.
2. Bagi pelaku wirausaha, sebagai bahan masukan dan evaluasi mereka untuk mengetahui seberapa pentingnya pengaruh motivasi kewirausahaan dan lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha.
3. Bagi program study Manajemen, sebagai tambahan literatur kepustakaan yang dapat digunakan dan di dokumentasikan
4. Bagi peneliti lanjutan, sebagai referensi yang dapat dijadikan bahan pembandingan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian berkaitan dengan pengaruh motivasi kewirausahaan dan lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha.

BAB 2 LANDASAN TEORI

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 berorientasi 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 caracara 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

2.2.1 Pengertian Keberhasilan Usaha

Menurut Algifari, (2003) keberhasilan usaha dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara teknis dan efisiensi secara ekonomis. Sedangkan menurut Suryana, (2009) Sukses dalam berwirausaha tidak boleh secara tiba-tiba atau instan dan secara kebetulan, tetapi dengan penuh perencanaan, memiliki visi, misi, kerja keras, dan memiliki keberanian secara bertanggung jawab. Ketidak mampuan pelaku usaha dalam mengikuti perkembangan yang ada akan berdampak pada keberhasilan usaha.

Menurut Noor (2007) keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya. Keberhasilan usaha adalah tujuan utama dari sebuah perusahaan atau bisnis yang segala aktivitas didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan dan kesuksesan. Dalam Pengertian umum, keberhasilan usaha menunjukkan suatu keadaan yang baik atau unggul dari pada masa yang sebelumnya. Sedangkan menurut Dwi riyanti, (2003) mengemukakan bahwa keberhasilan usaha didefinisikan sebagai tingkat pencapaian hasil atau tujuan organisasi.

2.2.2 Indikator Keberhasilan Usaha

Menurut Noor (2007) 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
Besarnya 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”.

2.2.3 Faktor-Faktor Keberhasilan Usaha

Suryana, (2009) mengemukakan terdapat tiga faktor penyebab keberhasilan seorang wirausaha, antara lain:

1. Kemampuan dan Kemauan

Orang yang memiliki kemampuan tetapi tidak memiliki kemauan dan orang yang memiliki kemauan tetapi tidak memiliki kemampuan, keduanya tidak akan menjadi seorang wirausaha yang sukses. Misalnya seseorang yang memiliki kemauan untuk membuka toko tapi tidak memiliki kemampuan untuk mengelolanya maka lama kelamaan tokonya akan tutup. Begitu juga dengan orang yang memiliki kemampuan mengelola usaha tetapi tidak memiliki kemauan untuk membuka usaha, maka selamanya orang tersebut tidak pernah memiliki usaha.

2. Tekad yang kuat dan kerja keras

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

3. Kesempatan dan peluang

Mengenal peluang yang ada dan berusaha meraihnya ketika ada kesempatan merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan seorang wirausaha.

2.3 Pengertian Motivasi Kewirausahaan

Motivasi menjadi determinan penting dalam belajar, karena berhubungan dengan perilaku, usaha, dan seberapa besar perilaku dan usaha itu berjalan. Motivasi erat kaitannya dengan keinginan untuk mencapai sesuatu dengan lebih baik.

Menurut Basrowi, (2014) yaitu: Motivasi dipandang sebagai dorongan mental yang menggerakkan dan mengarahkan perilaku manusia atas dasar kebutuhan. Dalam motivasi, terkandung adanya keinginan yang mengaktifkan, menggerakkan, menyalurkan, dan mengarahkan sikap dan perilaku individu, Pendapat Basrowi tersebut dapat dijelaskan bahwa motivasi menjadi dorongan mental seseorang yang menggerakkan dan mengarahkan perilaku untuk memenuhi kebutuhannya. Motivasi menjadi penggerak secara internal dan eksternal dari individu. Motivasi akan mendorong seseorang untuk memenuhi keinginannya dengan mengaktifkan, menggerakkan, menyalurkan, dan mengarahkan sikap dan perilaku individu dalam bertindak dan berbuat dalam mencapai tujuannya.

Menurut Buchari Alma, (2009) Motivasi adalah kemauan untuk berbuat sesuatu, sedangkan motif adalah kebutuhan, keinginan, dorongan atau impuls. Motivasi seseorang tergantung kepada kekuatan motifnya. Semakin besar suatu motif, maka semakin besar pula motivasi seseorang untuk mencapai hal yang sudah menjadi tujuannya. Motif menjadi sangat menentukan seberapa besar perilaku seseorang dalam termotivasi. Motivasi yang besar akan meningkatkan minat seseorang dalam menciptakan, mencapai, atau pun menghasilkan sesuatu. Menurut Abdul Majid, (2013) Motivasi adalah energi aktif yang menyebabkan terjadinya suatu perubahan pada diri seseorang yang tampak pada gejala kejiwaan, perasaan, dan juga emosi sehingga mendorong individu untuk bertindak atau melakukan sesuatu dikarenakan adanya tujuan, kebutuhan, atau keinginan yang harus terpuaskan. Pendapat Abdul Majid tersebut menegaskan bahwa motivasi memberikan kekuatan atau energi yang dapat mendorong seseorang untuk melakukan suatu kegiatan mencapai tujuan. Dorongan untuk melakukan suatu tindakan timbul dari dalam diri individu.

Menurut Hisrich et.al. dalam Slamet et.al (2014:5) kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang baru dan memiliki nilai dengan mengorbankan waktu dan tenaga, melakukan pengambilan risiko finansial, fisik, maupun sosial, serta menerima imbalan moneter dan kepuasan serta kebebasan pribadi.

Menurut Thomas Zimmerer dalam Suryana (2001:2) kewirausahaan merupakan suatu proses sistematis penerapan kreativitas dan keinovasian, dalam memenuhi kebutuhan dan peluang di pasar.

Menurut Ratnawati & Kuswardani (2010) motivasi berwirausaha adalah keadaan yang mendorong, menggerakkan dan mengarahkan keinginan individu untuk melakukan kegiatan kewirausahaan, dengan cara mandiri, percaya pada diri sendiri, berorientasi ke masa depan, berani mengambil resiko, kreatif dan menilai tinggi hasrat inovasi.

Motivasi terbentuk oleh faktor-faktor dari dalam dan luar individu, seperti adanya tujuan meraih kesuksesan, adanya kebutuhan yang harus terpenuhi dan adanya keinginan yang harus terpuaskan. Semakin besar kebutuhan yang harus dipenuhi, maka semakin besar pula motivasi yang timbul.

Berdasarkan pengertian motivasi menurut beberapa pendapat ahli yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa motivasi kewirausahaan merupakan dorongan mental atau kemauan untuk berbuat sesuatu yang menggerakkan dan mengarahkan perilaku manusia atas dasar kebutuhan dan keinginan. Seseorang termotivasi untuk mendapatkan sesuatu, sehingga akan berusaha untuk memenuhi kebutuhannya tersebut. Kebutuhan merupakan kecenderungan dalam diri seseorang yang bersifat relatif permanen bagi orang-orang yang termotivasi.

2.3.1 Indikator Motivasi Kewirausahaan

Sardiman (2017), motivasi yang ada pada diri setiap orang memiliki ciri-ciri tertentu yang dalam penelitian ini digunakan sebagai indikator penelitian adalah sebagai berikut.

1. Tekun menghadapi tugas (dapat bekerja terus-menerus dalam waktu yang lama, tidak pernah berhenti sebelum selesai)
2. Ulet menghadapi kesulitan (tidak lekas putus asa). Tidak memerlukan dorongan dari luar untuk berprestasi sebaik mungkin (tidak cepat puas dengan prestasi yang telah dicapainya).
3. Menunjukkan minat terhadap bermacam-macam masalah (misalnya masalah pembangunan agama, politik, ekonomi, keadilan, pemberantasan

korupsi, penentangan terhadap setiap tindak kriminal, amoral, dan sebagainya).

4. Lebih senang bekerja mandiri
5. Cepat bosan pada tugas-tugas yang rutin (hal-hal yang bersifat mekanis, berulang-ulang begitu saja sehingga kurang kreatif).
6. Dapat mempertahankan pendapatnya (kalau sudah yakin akan sesuatu).
7. Tidak mudah melepaskan hal yang diyakini itu.
8. Senang mencari dan memecahkan masalah.

2.4 Pengertian Lokasi Usaha

Lokasi usaha adalah tempat dimana usaha tersebut akan dilakukan, segala kegiatan mulai dari pengadaan bahan sampai dengan distribusi atau penjualan kepada konsumen atau pelanggan. Pemilihan lokasi usaha yang tepat akan sangat menunjang perkembangan usahanya. Keuntungan-keuntungan yang bisa diperoleh dari pemilihan lokasi usaha yang tepat antara lain adalah unggul dalam posisi persaingan; memudahkan pengadaan bahan/barang dan meningkatkan kemampuan pelayanan terhadap konsumen. Sebaliknya kerugian dari penetapan lokasi usaha yang tidak tepat adalah posisi persaingan yang lemah, karena letaknya bukan pada tempat yang strategis dan kesulitan dalam pengadaan bahan/barang.

Lokasi usaha secara langsung mempunyai peranan penting dalam kelangsungan usaha. Lokasi usaha merupakan salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan dalam membuka usaha, bahkan kesalahan dalam memilih lokasi bisa berakibat fatal mengingat lokasi usaha dapat mempengaruhi kelancaran dan keberhasilan usaha, maka sangat perlu direncanakan dengan baik guna untuk memperlancar dan mencapai keberhasilan usaha Aisha, (2017).

Keputusan penting yang harus ditetapkan terlebih dahulu dalam perencanaan produksi adalah penempatan fasilitas. Pemilihan lokasi berpengaruh terhadap biaya operasi, harga produk dan kemampuan bersaing perusahaan Machfoedz, (2007). Anoraga dan Sudantoko, (2007) berpendapat bahwa penentuan lokasi juga menyangkut kebutuhan akan luas bangunan dan kemungkinan pengembangan dan perluasan usaha dikemudian hari. Lokasi usaha

menurut Tjiptono, (2009) Lokasi Usaha adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang atau jasa yang mementingkan segi ekonominya

Definisi mengenai lokasi usaha tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa lokasi usaha merupakan tempat yang perlu diperhatikan dalam membuka usaha, maka perlu direncanakan dengan baik guna untuk memperlancar dan mencapai keberhasilan usaha.

2.4.1 Pemilihan Lokasi Usaha

Machfoedz, (2007) berpendapat bahwa keputusan lokasi atau tempat usaha merupakan faktor penting dalam pengambilan keputusan. Alasan penting pemilihan lokasi dibagi menjadi dua, sebagai berikut :

1. Persaingan

Lokasi atau tempat usaha berpengaruh terhadap kemampuan bersaing dan berbagai aspek operasi perusahaan. Perusahaan manufaktur beranggapan bahwa lokasi berpengaruh pada biaya langsung, biaya transportasi ke dan dari lokasi perusahaan maupun biaya tenaga kerja dan berbagai penyediaan bahan untuk proses produksi. Pemberian pelayanan dalam lokasi dapat mempengaruhi permintaan jasa dan efektivitas operasi secara keseluruhan. Lokasi juga dapat berpengaruh secara mental terhadap hubungan internal antar karyawan dan hubungan eksternal dengan pihak luar. Tataletak atau penataan fasilitas juga berpengaruh terhadap biaya operasi dan koordinasi atau supervisi.

2. Biaya

Kegagalan pengambilan keputusan tentang lokasi dapat mengakibatkan biaya mahal dalam jangka panjang. Keputusan membeli tanah atau mendirikan bangunan memerlukan biaya besar. Waktu yang digunakan dan usaha yang dilakukan untuk pekerjaan yang tidak tepat dan kemudian harus dibenahi tidak akan tergantikan.

2.4.1 Indikator Lokasi Usaha

Metode analisis pemilihan lokasi usaha yang ada belum dapat menentukan lokasi suatu usaha secara tepat. Dalam pemilihan lokasi usaha hendaknya pemilik

usaha memilih lokasi yang paling minim risiko, karena tidak menutup kemungkinan masalah-masalah dapat terjadi di masa yang akan datang. Kemungkinan masalah yang muncul tersebut antara lain peraturan tempat usaha, peraturan pajak, penerimaan masyarakat sekitar, supply tenaga kerja, ketersediaan air, pembuangan limbah, biaya transportasi. Indikator lokasi usaha menurut Tjiptono, (2015) yaitu:

1. Akses Lokasi yang mudah dijangkau atau dilalui sarana transportasi umum.
2. Visibilitas Lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
3. Lalu lintas (traffic) dimana terdapat dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu:
 - a. Banyaknya orang yang melintasi daerah tersebut bisa memberikan besar terjadinya impulse buying.
 - b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga menjadi hambatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran dan ambulans.
4. Tempat parkir yang luas dan aman.
5. Ekspansi yaitu tersedia tanah/ tempat yang cukup luas untuk keperluan perluasan usaha dikemudian hari.
6. Lingkungan yaitu kondisi lingkungan sekitar yang mendukung produk yang di tawarkan..
7. Persaingan, yaitu lokasi pesaing.
8. Peraturan pemerintah misalnya adanya larangan untuk berjualan produk makanan di kawasan tertentu, larangan usaha reparasi (bengkel) kendaraan bermotor di daerah pemukiman penduduk . Akses, lokasi usaha yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi, keadaan kondisi jalan menuju lokasi usaha dan waktu yang ditempuh menuju lokasi usaha.

2.5 Tinjauan Empiris

Penelitian terdahulu dalam penelitian ini dapat membantu penulis untuk dijadikan sebagai bahan acuan untuk melihat seberapa besar pengaruh hubungan 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 Peneliti	Variabel Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Pasaribu Putra, 2018	Pengaruh pengetahuan kewirausaha dan karakteristik individual terhadap keberhasilan café dan coffee shop di kecamatan Medan Sunggal, Mansyur Medan	Variabel independent adalah pengetahuan kewirausahaan (X_1), karakteristik kewirausahaan (X_2), Serta variabel dependent adalah keberhasilan usaha (Y)	Regresi Linier Berganda	1. Pengetahuan kewirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan café dan coffee shop di kecamatan Medan Sunggal 2. karakteristik individu secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan café 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.
Siregar, 2018	Analisis Pengaruh Motivasi Berwirausaha Dan Kemandirian Pribadi Terhadap Keberhasilan Usaha Butik Di Kawasan Medan Johor	Independen: Motivasi Berwirausaha (X_1) Kemandirian Pribadi (X_2) Dependen: Keberhasilan Usaha (Y)	Analisis Regresi Linier Berganda	Motivasi Berwirausaha Berpengaruh positif dan Signifikan Terhadap Keberhasilan usaha pada butik di kawasan Medan Johor, Kemandirian pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada butik di kawasan Medan

				Johor
Ardiyanti dan Mora, 2019	Pengaruh Minat Usaha dan Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha Wirausah di Kota Langsa	Independen: minat usaha (X_1) Motivasi (X_2) Keberhasilan usaha (Y)	Regresi linear berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat usaha secara parsial mempengaruhi keberhasilan usaha. Namun secara parsial motivasi bisnis tidak mempengaruhi keberhasilan bisnis. Padahal kepentingan bisnis dan motivasi bisnis secara simultan berpengaruh positif terhadap kesuksesan bisnis.
Nur Fu'ad 2015	Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil di Komplek <i>Shopping Centre Jepara</i>	Pemilihan Lokasi (X_1) Kesuksesan Usaha (Y)	Analisis Model Regresi Berganda	Peneliti ini membuktikan bahwa faktor-faktor yang Diteliti dalam penentuan lokasi usaha (dekat dengan infrastruktur, kondisi Lingkungan serta biaya lokasi) mempunyai pengaruh Yang positif dan signifikan terhadap kesuksesan usaha.

Sumber : Artikel Jurnal (2022)

2.6 Kerangka Berfikir

Menurut Sugiyono,(2011) mengemukakan bahwa kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang sangat penting dalam penelitian. Kerangka pemikiran merupakan penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan. Kriteria utama agar suatu kerangka pemikiran bisa meyakinkan ilmuwan, adalah alur-alur pemikiran yang logis dalam membangun suatu berpikir yang membuahkan kesimpulan yang berupa hipotesis.

Jadi kerangka berpikir merupakan sintesa tentang hubungan antara variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan antara variabel penelitian. Sintesa tentang hubungan variabel tersebut, selanjutnya digunakan untuk merumuskan hipotesis

2.6.1 Pengaruh Motivasi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha

Motivasi merupakan proses psikologis yang mendasar, dan merupakan salah satu unsur yang dapat menjelaskan perilaku seseorang. Motivasi kewirausahaan merupakan salah satu faktor penentu dalam pencapaian tujuan. Motivasi berhubungan dengan dorongan atau kekuatan yang berada dalam diri manusia dan tidak terlihat dari luar. Motivasi menggerakkan manusia untuk menampilkan tingkah laku ke arah pencapaian suatu tujuan tertentu.

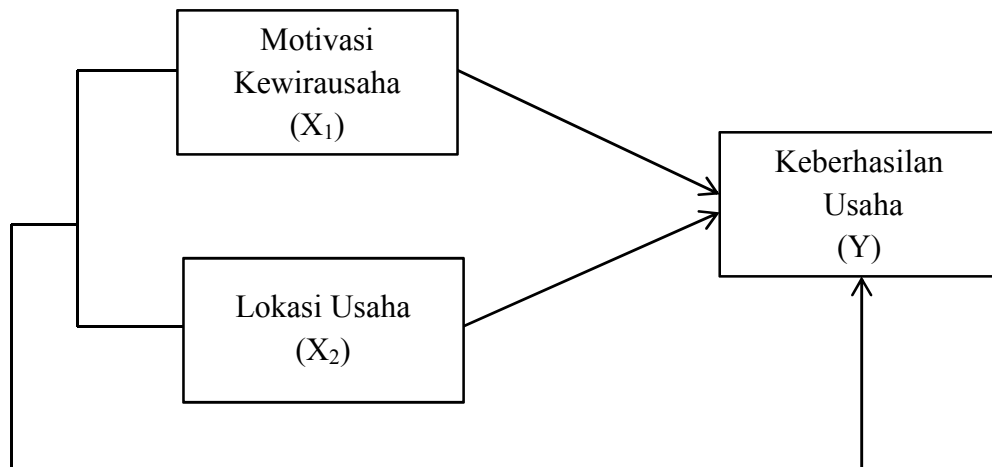
Menurut Nop (2015), motivasi adalah gejala psikologi dalam bentuk dorongan yang timbul dalam diri seseorang secara sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu. Pada penelitian terdahulu oleh Siregar (2018) menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada butik di kawasan Medan Johor. Selain itu, pada penelitian oleh Mora dan Ardiyanti (2019) menyatakan bahwa motivasi usaha berpengaruh secara tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha wirausaha muda di kota Langsa.

2.6.2 Pengaruh Lokasi usaha Terhadap Keberhasilan Usaha

Lokasi usaha adalah tempat dimana usaha tersebut akan dilakukan, segala kegiatan mulai dari pengadaan bahan sampai dengan distribusi atau penjualan kepada konsumen atau pelanggan. Pemilihan lokasi usaha yang tepat akan sangat menunjang perkembangan usahanya.

Menurut Ujang Suwarman (2004),” lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja”. Sedangkan pengertian lokasi menurut Kasmir (2009) yaitu tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajukan barang-barang dagangannya. Penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa lokasi usaha berpengaruh terhadap kesuksesan usaha yaitu penelitian yang dilakukan oleh Nur Fu’ad, (2015) dengan judul “Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil di Komplek Shopping Centre Jepara”.

Adapun kerangka berpikir dalam penelitian ini secara konseptual di gambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. 1
Kerangka Berpikir Penelitian

Hipotesis

Menurut Sugiyono (2018) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris. Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka berpikir diatas, maka hipotesis penelitian yang dikemukakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Motivasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha Salon di kota Medan.
2. Lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha Salon di kota Medan.
3. Motivasi kewirausahaan dan lokasi usaha secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha Salon di kota Medan.

BAB 3 METODOLOGI 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). Adapun variabel yang dihubungkan dalam penelitian ini adalah motivasi kewirausahaan (X_1) lokasi usaha (X_2), dan keberhasilan usaha (Y).

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada Salon di kota Medan, sedangkan waktu penelitian dilakukan sejak bulan Mei 2022 sampai selesai.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2010) “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 45 pelaku usaha salon di kota Medan. Pertimbangan pemilihan populasi yang dipilih jika sudah memenuhi kriteria, sudah membuka usaha salon di kota Medan minimal selama 3 tahun.

Tabel 3. 1

Daftar Nama Salon di Kota Medan

NO	NAMA SALON	NO	NAMA SALON
1	Afnita Salon	23	OMZ Salon
2	Yoko Salon	24	Rosa Salon
3	Tina Salon	25	Trendy Salon
4	Bahagia Salon	26	Irma Salon
5	Suri Salon	27	Vina Salon
6	Floo Salon	28	Petra Salon

7	Salon Sakinah	29	Mey Salon
NO	NAMA SALON	NO	NAMA SALON
8	Melvi Salon	30	Mona Sweet Salon
9	Yutta Salon	31	Fanny Salon
10	Soneta Zerman Salon	32	Salon D'jasmine
11	Shanty Salon	33	Bless Salon
12	Rini Salon	34	Salon Yosa Mega
13	Suany Salon	35	The Beauty Symphony
14	Suearih Salon	36	Merlin Salon
15	Miah Salon	37	Asna Salon
16	Tiurma Beau'T & Hair Salon	38	Teguh Salon
17	Afni Salon	39	Salon June
18	Astri Salon	40	Aty Salon
19	Salon Tasya	41	Atan Salon
20	Keyla Salon	42	Dora Beauty Salon
21	Widya Salon	43	Michi Salon
22	Beauty Salon 17	44	Rista Salon
		45	Intan Beauty Salon

Sumber :Data UMKM Dinas Koperasi Kota Medan (2021)

3.3.2 Sampel

Menurut Kuncoro (2018) “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 45 pengusaha yaitu seluruh pelaku usaha salon yang terdaftar di Dinas Koperasi Kota Medan.

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, nomor telepon, 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

3.5.1 Kuesioner

Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan langsung dari pengisian kuesioner (angket) yang ditujukan kepada responden tentang tanggapan atau pandangannya mengenai motivasi kewirusahaan dan lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha salon di kota Medan.

3.5.2 Metode wawancara

Merupakan suatu jenis pengumpulan data dimana peneliti mengajukan pertanyaan secara lisan untuk mendapatkan informasi apakah responden pelaku usaha salon di kota Medan.

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 motivasi kewirausahaan dan lokasi usaha, Variabel endogen yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel lain, yang termasuk variabel endogen dalam penelitian ini adalah keberhasilan usaha. Definisi operasional untuk variabel-variabel dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Defenisi Operasionalisasi	Indikator	Ukuran
----------	---------------------------	-----------	--------

<p>Motivasi kewirausahaan (X_1) adalah keadaan yang mendorong, menggerakkan dan mengarahkan keinginan individu untuk melakukan kegiatan kewirausahaan, dengan cara mandiri, percaya pada diri sendiri, berorientasi ke masa depan, berani mengambil resiko, kreatif dan menilai tinggi hasrat inovasi. Kuswardani (2010)</p>	<p>Motivasi kewirausahaan dioperasionalkan sebagai suatu dorongan yang menggerakkan usaha salon dan mengarahkan individu dalam berwirausaha dengan cara mandiri, percaya pada diri sendiri, berorientasi ke depan, dan berani mengambil resiko.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tekun menghadapi tugas 2. Ulet menghadapi kesulitan 3. Menunjukkan minat terhadap masalah 4. Lebih senang bekerja mandiri 5. Cepat bosan pada tugas-tugas rutin 6. Dapat mempertahankan pendapat 7. Tidak mudah melepaskan hal yang diyakini 8. Senang mencari dan memecahkan masalah 	<p>Skala Ordinal</p>
<p>Lokasi usaha (X_2) Lokasi Usaha adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang atau jasa yang mementingkan segi ekonominya Tjiptono, (2009)</p>	<p>Lokasi usaha dioperasionalkan sebagai penilaian individu usaha salon 1 tahun terakhir terkait tempat beroperasinya perusahaan untuk melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses lokasi 2. Visibilitas 3. Lalu lintas 4. Tempat parkir 5. Ekspansi 6. Lingkungan 7. Persaingan 8. Peraturan pemerintah 	<p>Skala Ordinal</p>
<p>Keberhasilan Usaha (Y) keberhasilan usaha didefinisikan sebagai tingkat pencapaian hasil atau tujuan organisasi. Dwi riyanti, (2003)</p>	<p>Keberhasilan usaha dioperasionalkan sebagai keadaan usaha salon mencapai tujuannya selama 1 tahun terakhir suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapatkan laba, karena laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Laba usaha 2. Produktivitas dan efisiensi 3. Daya saing 4. Kompetensi dan etika usaha 5. Terbangunnya citra baik 	<p>Skala Ordinal</p>

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 Ordinal

Pilihan Jawaban	Skor
Motivasi Kewirausahaan	
Sangat Tinggi (ST)	6
Tinggi (T)	5
Cenderung Tinggi (CT)	4
Cenderung Rendah (CR)	3
Rendah (R)	2
Sangat Rendah (SR)	1
Lokasi Usaha	
Sangat Mudah (SM)	6
Mudah (M)	5
Cenderung Mudah (CM)	4
Cenderung Sulit (CS)	3
Sulit (S)	2
Sangat Sulit (SS)	1
Keberhasilan Usaha	
≥100%	6
80%-99%	5
60%-79%	4
40%-59%	3
20%-39%	2
<20%	1

Sumber: diolah penulis(2022)

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah pertanyaan pada suatu kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesisioner 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) bahwa “kriteria validitas dapat ditentukan dengan melihat nilai Pearson correlation dan Sig. (2-tailed). Jika nilai pearson correlation 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 %”.

3.8.2 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)

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 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 Kolmogorov – 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). Dengan kata lain data berdistribusi normal, jika nilai sig (signifikansi) $> 0,05$ dan data berdistribusi tidak normal, jika nilai sig (signifikansi) $< 0,05$.

3.9.2 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 heterokedastisitas 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):

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

3.9.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji dalam model ditentukan adanya korelasi antara variabel bebas atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Jika variabel saling berkorelasi maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal yaitu variabel bebas yang nilai korelasinya antara sesama variabel bebas sama dengan nol.

Teknik untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas didalam regresi adalah melihat dari nilai *variance inflation factor* (VIF) dan nilai *tolerance*, dimana nilai *tolerance* mendekati 1 atau tidak kurang dari 0,10 serta (VIF) disekitar angka 1 serta tidak lebih dari 10,00 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi.

3.10 Metode Analisis Data

Metode yang digunakan peneliti adalah untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel bebas (motivasi kewirausahaan dan lokasi usaha) 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:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y	: Keberhasilan Usaha
a	: Konstanta
b ₁ ,b ₂	: Koefisien regresi berganda
X ₁	: Motivasi Kewirausahaan
X ₂	: Lokasi usaha
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. Simanjuntak, dkk (2019) menyatakan bahwa kriteria pengambilan keputusan adalah:

1. Variabel Motivasi Kewirausahaan (X₁)

- Jika tingkat signifikansi $t < 0,05$ maka H₀ diterima dan H₁ ditolak.

Artinya motivasi kewirausahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha

- Jika tingkat signifikansi $t > 0,05$ maka H₀ ditolak dan H₁ diterima.

Artinya motivasi kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha.

2. Variabel Lokasi Usaha (X₂)

- Jika tingkat signifikansi $t < 0,05$ maka H₀ diterima dan H₁ ditolak.

Artinya lokasi usaha tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha.

- Jika tingkat signifikansi $t > 0,05$ maka H₀ ditolak dan H₁ diterima.

Artinya lokasi usaha berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha

2. uji Simultan (Uji-F)

Untuk melihat pengaruh variabel motivasi kewirausahaan (X₁), dan lokasi usaha (X₂) terhadap Keberhasilan Usaha (Y) digunakan uji-F. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut :

- $H_0 : b_1, b_2 = 0$. Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel motivasi kewirausahaan (X_1), dan lokasi usaha (X_2) secara bersama-sama terhadap variabel keberhasilan usaha (Y).
- $H_1 : b_1, b_2 \neq 0$. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel motivasi kewirausahaan (X_1), lokasi usaha (X_2) 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.

