BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya perekonomian di suatu negara tidak lepas dari peran para pengusaha swasta besar, menengah, maupun kecil. Wirausaha turut berperan dalam pertumbuhan dan perkembangan infrastruktur negara. Joseph Schumpeter (dalam Mardia, et.al. 2021:31) mengatakan bahwa wirausaha adalah orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru. Pada saat ini persaingan bisnis atau usaha menjadi semakin ketat seiring dengan berjalannya waktu. Setiap kegiatan usaha dituntut dapat terus berkembang menghadapi setiap peluang dan ancaman yang bersumber dari persaingan antar satu usaha dengan usaha lainnya. Agar dapat terus bersaing dan tetap bertahan di tengah persaingan yang ketat ini, setiap bisnis atau usaha harus dapat mempunyai produk yang menjadi pegangan dan keunggulan bagi usaha itu sendiri.

Pertumbuhan ekonomi di Kota Medan yang semakin pesat mempunyai konsekuensi tersendiri untuk perkembangan usaha, salah satunya di daerah Kecamatan Medan Perjuangan. Kawasan Kecamatan Medan Perjuangan merupakan Kawasan padat penduduk dengan variasi usaha yang cukup banyak. Salah satu usaha yang saat ini sedang berkembang adalah usaha minuman kekinian yang telah muncul di tengah masyarakat selama beberapa tahun terakhir.

Sejak beberapa tahun terakhir gerai-gerai minuman kekinian banyak bermunculan di tengah masyarakat Indonesia yang dapat dijumpai di pusat perbelanjaan, restoran, bahkan gerai-gerai minuman yang ada di pinggir jalan. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI, minuman adalah sesuatu atau barang yang diminum dan kekinian berarti keadaan sekarang atau terkini, sehingga secara harafiah minuman kekinian dapat diartikan sebagai

sesuatu yang diminum masa kini. Minuman kekinian merupakan istilah yang digunakan untuk minuman-minuman popular, baik rasa maupun ciri khasnya yang unik, seperti minuman dingin yang memiliki komposisi campuran antara teh, kopi, bubuk perasa, dan susu yang dipadukan dengan berbagai macam *topping* sebagai pelengkap, seperti *jelly*, coklat, keju, biskuit, wafer, boba, dan lain-lain, sehingga tampilan dan rasa dari minuman menjadi lebih unik dan terlihat menarik (Kompas.com, 2020). Sebagai contoh, *boba tea* dan *boba milk tea* adalah salah satu minuman kekinian yang diperkenalkan pertama kali di Taiwan pada tahun 1980-an dengan rasanya yang manis dan terdapat bola-bola mini bertekstur kenyal yang terbuat dari tepung tapioka sebagai ciri khas minuman boba dan saat ini sedang tren di kalangan industri minuman. Minuman boba menjadi minuman sehari-hari para pecinta minuman segar dan manis dengan tampilannya yang menarik dan terkesan mewah daripada es cendol yang sudah ada pada sebelumnya. Salah satu merek minuman boba yang paling terkenal adalah *Chatime* yang merupakan salah satu waralaba minuman boba tersebar di dunia (Kompas.com, 2021).

Selain minuman boba, minuman yang berbahan dasar teh dan banyak digemari masyarakat di seluruh dunia adalah *Thai Tea* yang berasal dari Negara Thailand. *Thai tea* berasal dari teh hitam yang dipadukan dengan rempah-rempah kemudian dicampur dengan susu kental manis dan menghasilkan warna oranye serta tampilannya yang tidak kalah menarik dengan minuman boba. Salah satu *brand* yang mempopulerkan thai tea di Indonesia adalah *Dum Dum Thai Tea*. Selain kedua jenis minuman tersebut, masih banyak lagi jenis minuman kekinian yang memiliki beragam variasi rasa dan *topping* sesuai dengan ciri khasnya masing-masing sesuai dan inovasi para penggiatnya (Kompas.com, 2021).

Tren minuman kekinian ini berkembang pesat dan memiliki pangsa pasar yang luas. Potensi besar pada bisnis minuman yang sedang ngetren ini pada akhirnya menjadikan sektor ini memiliki persaingan cukup ketat antar pelaku

usaha. Bagi menjaga kelangsungan hidup sebuah usaha diperlukan jiwa/karakteristik wirausaha.

Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif, kreatif, berdaya, bercipta, berkarsa, dan bersahaja dalam berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya. Seorang wirausahawan adalah seseorang yang menciptakan sebuah bisnis atau usaha baru dengan mengambil risiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendirikannya (Zimmerer dan Scarborough, 2008). Wirausahawan perlu mempunyai desain produk, strategi pemasaran, dan solusi dalam mengatasi *problem* manajerial yang kreatif untuk bersaing dengan usaha lainnya. Untuk itu dalam memulai dan menjalankan usaha dengan baik seorang wirausaha harus memiliki karakteristik yang seharusnya dimiliki seorang wirausahawan.

Menurut Bahri dan Arda (2019) karakteristik wirausaha adalah ciri-ciri pribadi dan keterampilan seseorang yang merupakan kompetensi seorang wirausahawan yang diperlukan untuk mencapai keberhasilan. Hal tersebut menjadikan karakteristik kewirausahaan yang dimiliki seorang pengusaha akan mampu menentukan keberhasilan usahanya dalam mengembangkan dan menjalankan usaha yang sedang dibangunnya. Orientasi ke masa depan merupakan salah satu karakteristik yang harus ada pada diri seorang wirausahawan, hal ini berkaitan dengan bagaimana kelanjutan perkembangan usahanya kedepan, dan apa saja rencana-rencana yang dibutuhkan untuk usaha yang didirikan ke depannya. Menurut Suryana (2014) karakteristik kewirausahaan meliputi: percaya diri dan optimis, berorientasi pada tugas dan hasil, berani mengambil risiko dan mempunyai tantangan, berjiwa kepemimpinan, bersifat keorisinilan dan berorientasi masa depan.

Selain karakteristik kewirausahaan, kreativitas juga menjadi salah satu faktor keberhasilan usaha. Dalam mencapai keberhasilan usaha, sebuah usaha

harus memiliki kemampuan dalam menciptakan suatu peluang atau membentuk nilai tambah terhadap produknya. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan peningkatan kreativitas dalam produk yang ditawarkan.

Suryana (2014:66) menyatakan bahwa kreativitas adalah berpikir sesuatu yang baru dan berbeda. Seseorang wirausaha adalah seseorang yang memiliki jiwa dan kemampuan tertentu dalam berkreasi. Jika kita ingin menjadi seorang wirausahawan yang sukses kita harus memiliki kreativitas dan keberanian untuk mengambil risiko serta tidak bergantung kepada orang lain dan memiliki rasa optimis akan keberhasilan ide-ide yang diciptakan. Menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda atau kemampuan kreatif dan inovatif. Hal ini senada dengan Garjito (2014), kreativitas didefinisikan sebagai seseorang wirausaha yang sukses haruslah kreatif dalam menentukan tujuan dan memecahkan masalah yang terelakan muncul saat mengejar visinya tersebut.

Berdasarkan hasil observasi terhadap pelaku usaha minuman kekinian yang berada di Kecamatan Medan Perjuangan, menunjukan bahwa sudah banyaknya berdiri usaha minuman kekinian, yaitu ada 49 usaha yang telah berdiri. Dengan semakin banyaknya jumlah usaha minuman kekinian maka akan berdampak terhadap peningkatan persaingan usaha yang terjadi.

Menurut Trenggono (2014) tidak semua wirausahawan sukses dalam menjalankan usahanya. Menurut Trenggono, dari seratus perusahaan yang berdiri, 50% diantaranya jatuh pada tahun kedua, 80% hilang pada tahun kelima dan 96% tidak bisa merayakan ulang tahun yang kesepuluh. Hanya 4% saja yang bisa lolos menjadi bisnis yang kuat. Hal ini mengharuskan setiap pemilik usaha mampu menciptakan konsep, dan strategi usaha yang berbeda dibandingkan usaha pesaing yang dapat berdampak terhadap kelangsungan dari usaha tersebut.

Berdasarkan hasil pra survei dengan melakukan wawancara yang dilakukan peneliti pada pelaku usaha minuman kekinian di Kecamatan Medan Perjuangan, yaitu dari 49 pelaku usaha minuman kekinian, sebanyak 20% pelaku usaha cenderung selalu merasa pesimis dan khawatir jika dagangannya tidak

laku atau hanya sedikit terjual, sehingga para pelaku usaha tersebut tidak berani mengambil risiko tinggi dalam mengembangkan usahanya. Ini diakibatkan kurang tertanamnya karakteristik wirausaha dan kreativitas pada diri seorang pelaku usaha. Pelaku usaha minuman kekinian Nina Boba dan Box Street mengatakan mereka terkendala dalam mengembangkan usahanya seperti membuka outlet baru di daerah lain atau mengembangkan varian rasa dan kemasan pada produknya karena masih memiliki rasa takut, tidak percaya diri, dan kurang optimis jika usaha yang dilakukannya akan berhasil dan berkembang. Sementara pelaku usaha minuman kekinian Momo Chesee Tea, Mr One Indonesia,dan Lup Dup Indonesia berani dan percaya diri untuk membuka outlet baru usahanya ditempat lain sehingga menambah nilai pendapatan dari produk yang mereka jual. Kondisi inilah mengakibatkan sebagian usaha minuman kekinian di Kecamatan Medan Perjuangan cenderung monoton atau flat.

Berdasarkan hal-hal yang telah dipaparkan diatas, maka penulis tertarik dan ingin meneliti masalah yang terjadi pada pelaku usaha minuman kekinian di Kecamatan Medan Perjuangan. Oleh sebab itu penulis mengambil judul **"Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Usaha Minuman Kekinian di Kecamatan Medan Perjuangan)".**

1.2. Rumusan Masalah

Penelitian ini dilakukan untuk melihat Pengaruh antara Karakteristik Wirausaha dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha Minuman Kekinian di Kecamatan Medan Perjuangan. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Karakteristik Wirausaha berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Minuman Kekinian di Kecamatan Medan Perjuangan?

2. Bagaimanakah Kreativitas berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Minuman Kekinian di Kecamatan Medan Perjuangan?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Karakteristik Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha Minuman Kekinian di Kecamatan Medan Perjuangan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha Minuman Kekinian di Kecamatan Medan Perjuangan.

1.4. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan, diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut.

1. Bagi Pelaku Usaha

   Memberikan tambahan informasi dan wawasan serta memberikan masukan bagi para pelaku usaha agar dapat mengembangkan usahanya.
2. Bagi Peneliti

   Menambah pengetahuan dan wawasan dengan menghubungkan teori yang didapat daam perkuliahan dengan kenyataan serta dapat memperdalam pengetahuan penulis khususnya tentang wirausaha.
3. Bagi Akademik

   Sebagai tambahan kekayaan penelitian studi kasus untuk dipergunakan dan dikembangkan
4. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Penelitian ini dapat dilakukan sebagai bahan referensi yang nantinya akan memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian pada bidang yang sama di masa yang akan datang.

BAB II

LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR, DAN RUMUSAN HIPOTESIS

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Kewirausahaan

Secara etimologi, kewirausahaan hakikatnya adalah suatu kemampuan dalam berfikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, dan kiat dalam menghadapi tantangan hidup. 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. Wirausaha adalah merupakan sebuah proses menciptakan sesuatu yang berbeda dengan mengabdikan seluruh waktu dan tenaganya disertai dengan menanggung resiko keuangan, kejiwaan, sosial dan menerima balas jasa dalam bentuk uang dan kepuasan pribadinya (Alma B, 2012).

Menurut Joseph Schumpeter (dalam Mardia, et.al., 2021) "Wirausaha adalah orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku baru".

Suatu sifat, watak, dan ciri-ciri yang melekat pada seseorang yang mempunyai kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia usia yang nyata dan dapat mengembangkannya dengan tangguh (Suryana, 2014). Dari beberapa definisi kewirausahaan menurut para ahli di atas dapat disimpulan bahwa kewirausahaan merupakan sikap dan sifat seseorang dalam membentuk dirinya agar mampu bertahan dan berjuang secara mandiri dengan menciptakan sesuatu hal yang baru baik itu barang maupun jasa.

2.1.2. Keberhasilan Usaha

Menurut Noor (2013) mengungkapkan bahwa keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya. Keberhasilan usaha merupakan utama dari sebuah usaha dimana segala aktivitas yang ada didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan.

Dalam pengertian umum, keberhasilan menunjukan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul dari pada masa sebelumnya. Aktivitasnya dapat melakukan dengan mengolah kemampuan kreativitas dan inovasi yang mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha yang dijalankan. Hal tersebut sesuai dengan yang diungkapkan moch. Kohar mudzakar (dalam Fitria Lestari, 2016) keberhasilan usaha adalah sesuatu keadaan yang menggambarkan lebih dari pada yang lainnya yang sederajat atau sekelasnya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa keberhasilan usaha adalah suatu hasil kerja yang dicapai oleh seorang wirausaha yang lebih baik daripada sebelumnya sesuai dengan standar dan kriteria yang ditelah ditetapkan pada kelangsungan hidup bisnisnya.

2.1.2.1.Indikator Keberhasilan Usaha

Menurut Noor (2013) kriteria-kriteria kesuksesan dapat dilihat dari beberapa hal yang penting dan dalam penelitian ini dibuat dan dalam penelitian ini dibuat sebagai indikator keberhasilan usaha, yaitu:

1. Laba (*Profitability*)

   Laba merupakan tujuan utama dari bisnis, dimana peningkatan kekayaan dari hasil penanaman modal

2. Produktivitas dan Efisiensi

   Besar kecilnya produktivitas suatu usaha akan menentukan besar kecil 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

   Kemampuan atau ketangguhan dalam bersaing untuk merebut perhatian dan loyalitas konsumen. Suatu bisnis dapat dikatakan berhasil, bisa 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 eksternal. Trust internal adalah amanah atau trust dari segenap orang yang ada dalam perusahaan. Sedangkan trust eksternal adalah timbulnya rasa amanah atau percaya dari segenap stakeholder perusahaan, baik itu konsumen, pemasok, pemerintah, maupun masyarakat luas, bahkan juga pesaing.

2.1.2.2.Faktor-Faktor Keberhasilan Usaha

Menurut Suryana (2014) terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha sebagai berikut:

1. Kemampuan dan Kemauan

   Untuk dapat memperoleh keberhasilan usaha perlu untuk memiliki kemampuan dan kemauan. Dengan memiliki kemampuan membangun dan mengembangkan usaha yang disertai dengan kemauan yang kuat untuk mencapai kesuksesan, maka dapat diwujudkan keberhasilan usaha.

2. Tekad yang Kuat dan Kerja Keras

   Seorang pengusaha harus memiliki tekad yang kuat untuk membangun usahanya agar meraih keberhasilan usaha dan prosesnya disertai dengan kerja keras bersungguh-sungguh untuk dapat mencapai tujuan tersebut.

3. Mengenal peluang yang ada dan berusaha meraihnya

   Dalam proses meraih keberhasilan, seorang pengusaha harus dapat meraih peluang yang ada. Setelah mendapatkan peluang, pengusaha harus memanfaatkan hal tersebut dengan sebaik-baiknya sehingga dapat memperoleh keuntungan yang maksimal.

2.1.3. Karakteristik Wirausaha (*Entrepreneurial Characteristic*)

Sukses tidaknya seorang berwirausaha dalam mengelola bisnis atau usahanya tidak hanya dipengaruhi oleh banyaknya modal yang dimiliki, ataupun fasilitas, akan tetapi suksesnya suatu bisnis atau usaha itu tergantung pada pelaku usaha itu sendiri. Bisnis atau usaha dapat dikelola oleh orang-orang yang berjiwa kewirausahaan dan tahu persis tentang dimana, apa, mengapa, dan bagaimana bisnis atau usaha itu harus berjalan dan dikelolanya. Salah satu penentu keberhasilan usaha itu sendiri dilihat dari karakteristik wirausaha itu sendiri. Karakteristik menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah sifat-sifat kejiwaan, akhlak atau budi pekerti yang membedakan seseorang dengan orang lain. Karakteristik dapat juga berarti tabiat, watak, perangai, perbuatan yang selalu dilakukan dan mempengaruhi segenap pikiran dan tingkah laku.

Bahri dan Arda (2019:266) mengungkapkan bahwa karakteristik wirausaha adalah ciri-ciri pribadi dan keterampilan yang merupakan kompetensi wirausahawan yang diperlukan untuk mencapai keberhasilan. Maka dari itu, karakteristik wirausaha yang dimiliki seorang pengusaha akan mampu menentukan keberhasilannya dalam menjalankan dan mengembangkan usaha yang dibangunnya. Karakteristik seorang wirausahawan yang sukses dapat dilihat dari bagaimana pengendalian diri, mengusahakan terselesaikannya urusan, menggarahkan diri sendiri, mengelola dengan sasaran, penganalisis kesempatan, pemikir kreaatif, pemecah masalah, dan pemikir yang objektif.

Pengusaha yang memiliki karakteristik wirausaha dapat menghadapi permasalahan dan hambatan yang dihadapinya. Suryana (2014) mengungkapkan bahwa karakteristik wirausaha memiliki motif berprestasi. Seorang

wirausahawan (*entrepreneur*) adalah seorang yang kreatif dan inovatif, berani mengambil risiko melalui pemanfaatan kesempatan usaha yang potensial dana mensinergikan aset-aset dan kapabilitas sehingga aset dan kapabilitas tersebut dapat dikapitalisasikan (Zimmer, *et al* 2008).

2.1.3.1.Indikator Karakteristik Wirausaha

Adapun indikator dari karakteristik wirausaha atau ciri-ciri wirausaha menurut Islam *et.al.* (2011) sebagai berikut:

1. Berorientasi pada Pencapaian (*Need for Achiement*)

   Berorientasi pada pencapaian merupakan watak secara psikologi yang dimiliki pengusaha dan merupakan hasrat untuk memenuhi standar internal yang harus dicapai. Karakteristik ini didefenisikan sebagai seseorang yang memiliki keinginan besar untuk mencapai kesuksesan. Berorientasi pada pencapaian merupakan watak psikologi yang mendorong pelaku usaha untuk mencapai standar yang tinggi sehingga menghantarkan pengusaha tersebut pada kesuksesan.

2. Kepercayaan Diri (*Self-Confidence*)

   Kepercayaan diri merupakan apa yang pengusaha yakini tentang dirinya dan seberapa besar dia percaya bahwa dirinya akan membawa bisnisnya pada kesuksesan.

3. Keinisiatifan (*Proaktif*)

   Keinisiatifan adalah kemampuan pengusaha untuk memulai menggerakan orang lain untuk melakukan sesuatu yang bermanfaat, sehingga dapat menambah nilai baik bagi dirinya, bagi perusahaan maupun bagi masyarakat.

4. Kemandirian dan Tanggung Jawab

   Kemandirian dan tanggung jawab adalah keinginan untuk memiliki kendali atas pekerjaan yang dilakukan, keinginan untuk bertanggung jawab atas semua hasil yang dicapai dan menyukai tantanngan untuk memiliki usaha sendiri dan untuk menjadi bos dalam bisnisnya.

5. Keberanian Menerima Risiko (*Risk Taking Prospensity*)

   Keberanian menerima risiko adalah kecenderungan pengusaha dalam membuat keputusan dan dalam keadaan yang penuh ketidakpastian dengan sedikit informasi dan hasil yang tidak pasti.

6. Pengalaman (*Exprerience*))

   Pengalaman adalah kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki pengusaha yang terus berkembang dari waktu ke waktu tentang bisnis, penyelesaian masalah dan pembuatan keputusan, dan pengalaman tersebut mencerminkan pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh pengusaha selama bertahun-tahun.

2.1.4. Kreativitas

Suksesnya suatu usaha terletak pada kesediaan si pengusaha untuk senantiasa mengetahui dan memahami kebutuhan orang lain dengan proses pengamatan dimana ia berada dan berusaha untuk mencapai dan memenuhi hal tersebut. Maka dari itu setiap wirausaha selalu dituntut untuk kreatif.

Kreativitas adalah kemampuan mengembangkan ide dan cara-cara baru dalam memecahkan masalah dan menemukan peluang (Suryana, 2014). Sesuatu yang baru dan berbeda yang diciptakan melalui proses berpikir kreatif merupakan nilai tambah yang akan menjadi keunggulan. Keunggulan inilah yang menjadi daya saing yang diciptakan oleh para wirausaha. Dengan kata lain, nilai tambah yang tercipta adalah sumber peluang bagi wirausaha.

Kebanyakan ide kreatif bermunculan saat ia melihat suatu masalah, karena makna dasarnya adalah setiap masalah disana mengandung nilai jual saat kita bisa memberikan atau menemukan solusi atas masalah tersebut. Dengan kata lain setiap hal yang ditemui di dalam menjalankan usaha atau bisnis harus dijadikan sebuah alat untuk mendorong kegiatan usahanya supaya berjalan dengan lancar, dan salah satunya dengan membuat hal tersebut menjadi kreativitas. Alma, B. (2020) mendefinisikan kreativitas sebagai kemampuan

untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru antar unsur, data, variabel yang sudah ada sebelumnya.

Menurut Suryana (2014) kreativitas adalah cara berfikir tentang kebaruan (*novelty*), perbedaan (*different*), kegunaan (*utility*) dan dapat dimengerti (*understable*) untuk menghasilkan suatu produk dalam berbisnis.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kreativitas merupakan suatu hal yang tercipta dari sesuatu hal yang dihadapi kemudian menghasilkan suatu pemikiran atau ide baru yang kemudian di implementasikan kedalam kegiatan berbisnis

Menurut Garjito (2014:7-8) seorang wirausaha yang sukses haruslah kreatif dalam menentukan tujuan dan dalam memecahkan masalah yang tidak terelakan muncul saat mengejar visinya tersebut. Modal utama seorang wirausaha tak semata-mata adalah uang tetapi juga kreativitas dimana tak ternilai harganya. Kreativitas wirausaha adalah kemampuan seorang *entrepreneur* untuk menciptakan ide produk dari hal yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Dengan kreativitas, seorang *entrepreneur* mampu menampilkan inovasi (Garjito. 2014:40-41). Kewirausahaan erat kaitannya dengan kreativitas, inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang. Oleh karena itu wirausaha erat hubungannya dengan kreativitas (Suryana, 2014:15)

2.1.4.1.Indikator Kreativitas

Menurut Suryana (2014) indikator kreativitas dapat dilihat dari ciri-ciri orang kreatif sebagai berikut:

1. Ingin Tahu. Perilaku keingintahuan terhadap sesuatu yang baru
2. Optimis. Perasaan yakin terhadap sesuatu yang baik akan terjadi memberi harapan positif serta menjadi pendorong untuk berusaha kearah kemajuan.
3. Mencari solusi dari masalah. Mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah.

4. Orisinal. Keaslian dalam menciptakan suatu produk.
5. Suka berimajinasi. Daya pikir untuk membayangkan atau menciptakan gambar (lukisan, karangan, dsb) kejadian berdasarkan kenyataan atau pengalaman seseorang..

2.2. Tinjauan Empiris

Penelitian terdahulu dalam penelitian ini dapat membantu penulis untuk dijadikan sebagai bahan acuan untuk melihat seberapa besar pengaruh hubungan antara variable independent 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

No.	Penulis	Judul dan Sumber Jurnal	Model Penelitan dan Metodologi	Temuan, Implikasi dan Model
1	Suharti Yati (2021)	Judul: Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Warung Kelontong Di Kasihan Bantul Yogyakarta *Sumber jurnal: Jurnal AKMENIKA*	Menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu warung kelontong dengan lama usaha 3 tahun atau lebih Metode pengumpulan data: Metode kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan uji instrument, analisis regresi linier, dan uji hipotesis.	a. Karakteristik wirausaha, dan Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha warung kelontong di Kasihan Bantul Yogyakarta. b. Secara simultan karakteristik wirausaha dan orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha warung kelontong di Kasihan Bantul Yogyakarta.

2	Kusuma .J. P. dan Shaleh .Z. M. (2021)	Judul: Pengaruh Kreativitas, Karakteristik Wirausaha, dan Kepribadian Terhadap Prestasi Usaha (Studi Pada Sentra Konveksi Desa Tambakboyo, Pedan, Klaten) *Sumber Jurnal: Management Development and Applied Research Journal*	Teknik pengambilan sampel adalah sampling jenuh Metode pengumpulan data: Metode Kuantitatif. Teknik pengumpulan data kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji instrument, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik. Metode analisis inferensial.	a. Variable kreativitas tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap prestasi usaha. b. Variable karakteristik wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap prestasi usaha c. Variabel kepribadian positif dan signifikan terhadap prestasi usaha
3	Bangun. R.M. dan Batubara .I. Dedi (2021)	Judul: Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Inovasi Rasa Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Pada CV. Stella Catering Medan Sumber jurnal: Jurnal Ekonomi Keuangan dan Kebijakan Publik	Teknik sampling jenuh. Metode Pengumpulan data: Uji Normalitas Data, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedasitas	a. Karateristik Kewirausahaan, dan Inovasi Rasa berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha mikro pada CV. Stella Catering Medan b. Karakteristik Kewirausahaan dan Inovasi Rasa secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha mikro pada CV. Stella Catering Medan
4	Syahida, et.al (2020)	Judul: Pengaruh Pengetahuan	Teknik sampling jenuh Metode kuantitatif.	a. Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Pengalaman Usaha berpengaruh signifikan

		Kewirausahaan, Kreativitas, Karakteristik, dan Pengalaman Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha pada Pelaku Usaha di Kecamatan Bukit Bestari Kota Tanjung Pinang Sumber jurnal: *Student Online Journal* Univeristas Maritim Raja ali Haji	Teknik analisi data menggunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik, pengujian hipotesis, analisis regresi ganda	terhadap keberhasilan usaha pada pelaku usaha di Kecamatan Bukit Bestari Kota Tanjungpinang b. Krakteristik tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada pelaku usaha di Kecamatan Bukit Bestari Kota Tanjungpinang c. Secara simultan pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, karakteristik, dan pengalaman usaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan udaha pada pelaku usaha di Kecamatan Bukit Bestari Kota Tanjungpinang
5	Ekasari Novita dan Nurhasanah (2018)	Judul: Pengaruh Lokasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi Sumber jurnal: Jurnal Sains Sosio Humaniora	Variabel: Keberhasilan Usaha (Y), Lokasi Usaha (X_1), dan Kreativitas (X_2) Menggunakan metode survei dalam bentuk kuesioner dan diukur dengan skala Likert. Metode analisi data menggunakan metode analisi deskriptif yaitu uji instrument penelitian	a. Lokasi, dan Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha b. Secara simultan Lokasi dan Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha

Sumber; Diolah oleh Penulis (2022)

2.3. Kerangka Berpikir

2.3.1. Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha

Dalam Dwiastanti dan Mustapa (2020), Karakteristik wirausaha yang merupakan faktor internal dapat menentukan kesuksesan usaha menunjuk pada karakter-karakter seperti memiliki semangat tinggi, memiliki keinginan untuk berinovasi, selalu menerima tanggung jawab dengan sebaik mungkin, ingin berprestasi dan berani mengambil risiko. Karakteristik kewirausahaan menjadi bagian penting yang tidak bisa terpisahkan dalam seorang pengusaha karena dengan memiliki karakter ia akan lebih mudah menguasai dan menghadapi segala kemungkinan kondisi yang akan dihadapi.

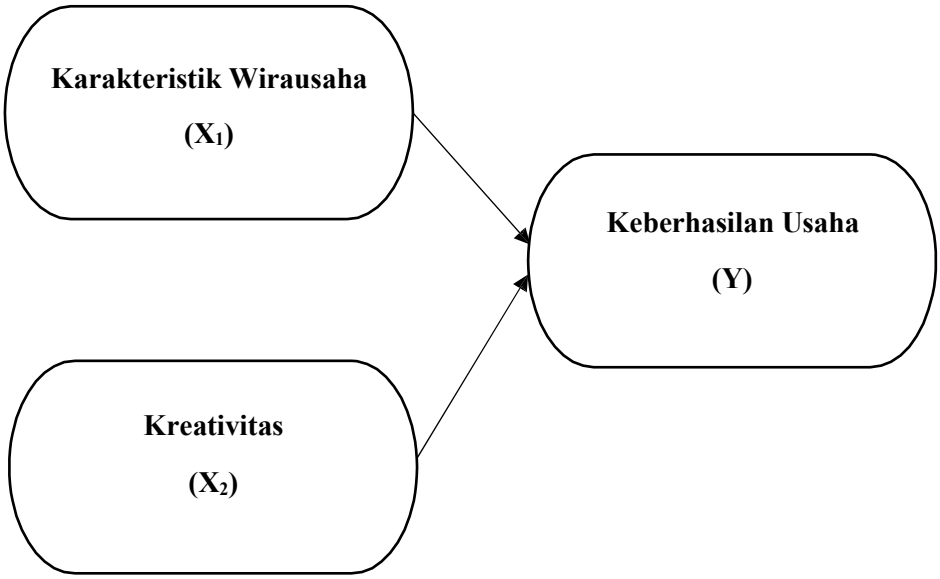
Bahri dan Arda (2019:266) mengungkapkan bahwa karakteristik wirausaha adalah ciri-ciri pribadi dan keterampilan yang merupakan kompetensi wirausahawan yang diperlukan untuk mencapai keberhasilan. Dengan hal ini, karakteristik wirausaha yang dimiliki seorang pengusaha akan mampu menentukan keberhasilannya dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya. Pada penelitian terdahulu oleh Suharti Yati (2021) Karakteristik Wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada warung kelontong di Kasihan Bantul Yogyakarta.

2.3.2. Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha

Dalam Suryana (2014:66) kreativitas adalah cara berpikir tentang *novelty*, *different*, *utility*, dan *understable* untuk menghasilkan suatu produk dalam berbisnis. Menurut Alma, B. (2020) kreativitas sangat penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif dan kelangsungan hidup bisnis. Kreativitas mampu menjelaskan bahwa salah satu indikator keberhasilan usaha yaitu penerapan ide-ide atau berpikir kreatif. Kreativitas yang dimaksud dalam fenomena ini berbentuk aktivitas yang dilakukan pengusaha yaitu memodifikasi atas ide-ide yang sudah diterapkan atau menciptakan ide-ide baru untuk perkembangan dan keberhasilan usaha.

Dalam penelitian terdahulu oleh Ekasari dan Nurhasanah (2018) menyatakan bahwa variabel kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi.

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



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir Penelitian

2.4. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2014), Hipotesis merupakan jawaban yang sifatnya sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian. Rumusan masalah pada penelitian dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Berdasarkan perumusan masalah dan kerangka konseptual di atas, maka hipotesis penelitian yang dikemukakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha minuman kekinian di Kecamatan Medan Perjuangan.
2. Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha minuman kekinian di Kecamatan Medan Perjuangan

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Metode penilitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif ialah metode penilaian yang berdasarkan pada filsafat positifisme, yang akan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, serta analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014:8). Penelitian ini bertujuan sebagai penelitian deskriptif. Dalam Sugiyono (2014:11), menyatakan pada penelitian kuantitatif dalam melihat hubungan variabel terhadap objek yang diteliti bersifat sebab akibat (kasual), maka dalam penelitiannya ada variabel independent dan dependen. Adapun variabel yang dihubungkan yaitu variabel independent atau variabel bebas yaitu karakteristik wirausaha (X_1), dan kreativitas (X_2) dengan variabel dependen atau variabel terikat yaitu keberhasilan usaha (Y).

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pengusaha minuman kekinian di Kawasan Kecamatan Medan Perjuangan. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan April 2022 sampai dengan Agustus 2022.

3.3. Populasi dan Sampel

Berikut data mengenai daftar nama-nama usaha minuman kekinian di Daerah Kecamatan Medan Perjuangan.

Tabel 3.1

Daftar Nama Usaha Minuman Kekinian di Daerah Kecamatan Medan Perjuangan

No.	Nama Usaha	No.	Nama Usaha
1	Milk Cloud	26	Do Yan Boba and Tea
2	Sodap	27	555 Boba
3	Momo Chesee Tea	28	Kopi Santuy
4	Lup Dup Indonesia	29	Qian Zy
5	Mr One Indonesia	30	Ice Kopi Blend
6	Kaizen	31	Box Street
7	Coffee Mine	32	Es – Mosi
8	Punya Kita Drink	33	Struck Bucks
9	Kece Ice Bubble	34	Me Time
10	Xi Nona Boba	35	Kenangan Kita Semanis Coklat
11	Nice Coffee	36	Cha Cha Chesee Tea Milk Bubble
12	Nina Boba	37	BobaHoi
13	Pipetz	38	Kopikao
14	RnR Boba	39	Mari Bubble
15	Bang Yo Thai Tea	40	Maulia Tea
16	Seger	41	Outdoor Corner
17	Kesayangan	42	Minuman Mantap
18	Lena Boba	43	Jejak Rindu
19	Cerita Mantan	44	Teman Boba Cup
20	Boba Loly	45	99 Coffeepark
21	Taste The New Tassty	46	Lulu Bubble Tea
22	Nay Nay Food n Drink	47	Kylyi Boba
23	Best Deal	48	Ciboba
24	Sip n Sip Bobatea and Mocktail	49	Boba Milk Supreme
25	Thai Tea boss		

Sumber: Diolah oleh Penulis (2022)

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2014) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajati dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang diambil pada penelitan ini adalah seluruh pengusaha minuman kekinian di Kawasan Kecamatan Medan Perjuangan, yang berjumlah 49 pelaku usaha. Dalam menentukan jumlah pelaku usaha tersebut peneliti melakukan observasi dan pra survey dengan ketentuan usaha yang dijalankan menjual produk minuman kekinian yaitu minuman dingin yang memiliki komposisi campuran antara teh, kopi, bubuk perasa, dan susu yang dipadukan dengan berbagai *topping* sebagai pelengkap seperti *jelly,* coklat, keju, biskuit, wafer, boba, dsb yang berdiri diseluruh Kawasan Kecamatan Medan Perjuangan.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2014:81) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh. Hal ini didasarkan dari pendapat Sugiyono (2014:85) yang menyatakan sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif lebih kecil, kurang dari 30 orang atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Sehingga sampel penelitan ini adalah populasi sebanyak 49 pelaku usaha.

3.4. Metode Pengambilan Data

3.4.1. Observasi

Observasi atau pengamatan yang dilakukan secara langsung pada pelaku usaha minuman kekinian di Daerah Kecamatan Medan Perjuangan sebagai objek penelitian.

3.4.2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengambilan data yang dilakukan peneliti dengan mengajukan beberapa pertanyaan secara lisan untuk mendapatkan informasi dari responden pelaku usaha minuman kekinian di Kecamatan Medan Perjuangan.

3.4.3. Kuesioner

Data yang diperoleh dalam penelitian ini dengan cara menyebarkan kuesioner (angket) yang ditujukan kepada responden tentang tanggapan atau pandangannya mengenai karakteristik wirausaha dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha minuman kekinian di Kecamatan Medan Perjuangan.

3.5. Jenis Sumber Data

Data digunakan sebagai acuan yang objektif dalam proses pembuatan keputusan untuk memecahkan suatu masalah oleh pengambilan keputusan. Peneliti menggunakan data primer dan data sekunder dalam melakukan penelitian untuk memecahakan masalah.

3.5.1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung pada objek penelitian yaitu para pelaku usaha minuman kekinian dengan observasi, wawancara, dan menyebarkan kuesioner yang masih harus diolah kembali untuk mendapatkan data yang akan digunakan.

3.5.2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh melalui perantara atau secara tidak langsung yang berupa catatan, literatur, jurnal yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini yang dikumpulkan baik melalui internet ataupun berkunjung ke perpustakaan.

3.6. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independent dan variabel dependen. Variabel independent yaitu variabel yang nilainya tidak dipengaruhi oleh variabel lain, yang termasuk variabel independent dalam penelitian ini adalah Karakteristik Wirausaha (X_1) dan Kreativitas (X_2). Variabel dependen yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel lain, yan termasuk variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keberhasilan Usaha (Y).

Table 3.2

Operasionalisasi Varibel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Ukuran
Karakteristik Kewirausahaan (X_1) Karakterisitik wirausaha adalah ciri atau sifat yang dimiliki seorang wirausahawan untuk menjalankan dan mencapai kesuksesan usaha. **(Islam *et al*, 2011)**	Karakteristik kewirausahaan dioperasionalisasikan sebagai persepsi pelaku usaha minuman kekinian terkait ciri atau sifat yang dimiliki seorang wirausahawan untuk menjalankan usahanya.	a. Berorientasi pada Pencapaian b. Kepercayaan Diri c. Keinisiatifan d. Kemandirian dan Tanggung Jawab e. Keberanian Menerima Risiko f. Pengalaman **(Islam, et.al., 2011)**	Skala Likert
Kreativitas (X_2) Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan gagasan-gagasan baru untuk menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang. **(Fahmi, 2018:18)**	Kreativitas dioperasionalisasikan sebagai penilaian pelaku usaha minuman kekinian terkait pada kemampuan untuk mengembangkan gagasan-gagasan baru untuk menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang.	a. Ingin tahu b. Optimis c. Mencari solusi dari masalah d. Orisinal e. Suka berimajinasi **(Suryana, 2014)**	Skala Likert
Keberhasilan Usaha (Y) Keberhasilan suatu bisnis adalah tercapainya tujuan yaitu mendapatkan laba. **(Noor, 2013)**	Keberhasilan usaha dioperasionalisasikan sebagai persepsi pelaku usaha minuman kekinian terkait pencapaian usahanya selama 1 tahun terakhir.	a. Laba b. Produktivitas dan Efisiensi c. Daya Saing d. Kompetensi dan Etika Usaha e. Terbangunnya Citra Baik **(Noor, 2013:401)**	Skala Likert

Sumber: diolah oleh penulis (2022)

3.7. Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert yaitu digunakan untuk mengukur respon objek yang berupa sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok kejadian atau gejala social ke dalam 5 poin skala dengan interval yang sama.

Table 3.3

Instrument Skala Likert

Alternative Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas

3.8.1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk menguji kuesioner apakah layak digunakan sebagai alat instrument penelitian. Validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur mampu mengukur apa yang akan diukur. Metode yang akan digunakan untuk melakukan uji validitas adalah dengan melakukan korelasi sskor butir pernyataan dengan total skor konstruk atau variabeli.

Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas kuesioner adalah:

1. Jika nilai sig. < 0.05, atau $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y (valid).
2. Jika nilai sig. > 0.05, atau $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y (tidak valid).

3.8.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Semakin tinggi reabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Uji reliabilitas menitik beratkan pada kestabilan dan konsisten dalam pengukuran.

Dalam pengujian reliabilitas ini, peneliti menggunakan metode *statistic Cronbach Alpha* dengan signifikansi yang digunakan sebesar 0.6 dimana jika *Cronbach Alpha* dari suatu variabel lebih besar dari 0.6 maka butir pertanyaan yang dilanjutkan dalam pengukuran instrument tersebut memiliki reliabilitas yang memadai. Sebaliknya, jika nilai *Cronbach Alpha* dari suatu variabel lebih kecil dari 0.6 maka butir pertanyaan tersebut tidak *reliable*.

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah data berdistribusi normal. Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu dengan melihat *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dan distribusi normal (Sugiyono, 2014), dengan dasar pengambilan keputusan:

1. Data dikatakan terdistribusi normal, jika data atau titik menyebak sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.
2. Sebaliknya data dikatakan tidak terdistribusi normal, jika data atau titik menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonal.

3.9.2. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke satu pengamatan yang lain. Jika varians dari residual atau dari satu pengamatan ke pangamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Ciri-ciri pengambilan keputusan

tidak terjadi gejala heteroskedastisitas adalah titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, dan penyebaran titik-titik data tidak berpola. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dengan melihat *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (dependen).

3.9.3. Uji Multikolinearitas

Uji multikoliniearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (*independent*). Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independent, jika nilai VIF < 10 atau *Tolerance* > 0.10 maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.

3.10 Metode Analisis Data

3.10.1. Analisis Deskrpitif

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif. Analisis deskriptif merupakan analisis yang paling mendasar untuk menggambarkan variabel-variabel penelitian yaitu karakteristik wirausaha, kreativitas, dan keberhasilan usaha. Analisis deskriptif dilakukan untuk menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan skor variabel yang diteliti masuk ke dalam kategori sangat baik/sangat tinggi, baik/tinggi, cukup baik/cukup tinggi, tidak baik/rendah, dan sangat tidak baik/sangat rendah.

3.10.2. Analisis Linear Berganda

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) yang terdiri dari Karakteristik Kewirausahaan (X_1), dan Kreativitas (X_2) terhadap variabel terikat (Y) yaitu Keberhasilan Usaha. Adapun persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta 1\ X1 + \beta 2\ X2 + \varepsilon$$

Keterangan :

α	: Konstanta
$\beta 1$, $\beta 2$	: Koefisien regresi variabel independen
X_1	: Karakteristik Kewirausahaan
X_2	: Kreativitas
Y	: Keberhasilan Usaha
ε	: Standart eror

3.11 Uji Hipotesis

3.11.1. Uji Parsial (Uji-t)

Uji-t digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Pengujian ini juga dilakukan untuk melihat apakah hipotesis yang akan diajukan diterima atau ditolak dengan menggunakan statistik. Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan antara nilai t_{hitung} dengan t_{tabel}.

1. H_0 : Karakteristik Wirausaha atau Kreativitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha
2. H_1 : Karakteristik Wirausaha atau Kreativitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha

Dengan dasar pengambilan keputusan:

a. Jika nilai sig < 0.05, atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya karakteristik wirausaha atau kreativitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.
b. Jika nilai sig > 0.05, atau $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya karakteristik wirausaha atau kreativitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

3.11.3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independent menjelaskan variasi variabel dependen. Dalam *output SPSS*, koefisien determinasi terletak pada tabel Model *Summary*[b] dan tertulis *AdjustedR Square*. Jika koefisien determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu) menunjukkan semakin baik kemampuan X dan Y dimana $0 < R^2 < 1$. Sebaliknya, jika R^2 semakin kecil (mendekati nol) maka akan dapat diketahui bahwa pengaruh variabel bebas (X) adalah kecil terhadap variabel terikat (Y).