

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data kementerian Koperasi dan UKM tahun 2021 jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. Namun, tingginya jumlah UMKM di Indonesia juga tidak terlepas dari tantangan-tantangan yang ada. UMKM dianggap mampu untuk memberikan dampak langsung pada kehidupan rakyat kecil, oleh karena itu pemerintah perlu memberikan perhatian besar pada para pelaku-pelaku usaha UMKM. Jelas pada tahun 1998 Indonesia mengalami krisis ekonomi yang hebat yang membuat perusahaan-perusahaan besar gulung tikar. Namun saat krisis ekonomi itu hanya sektor UMKM yang mampu/banyak bertahan dari krisis tersebut. Aktivitas roda ekonomi dari UMKM di Indonesia lah yang menjadi penyelamat negara dari kondisi krisis ekonomi tersebut/kondisi terpuruk. Adapun sektor UMKM yang dimaksud diatas adalah sektor kuliner, fashion dan agribisnis.

Perkembangan dan peran UMKM harus secara terus-menerus dikembangkan terutama pada masa pandemi covid-19 sekarang ini. Dan berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, kuliner sebagai sub sektor penyumbang PDB terbesar dari Ekonomi Kreatif, rata-rata tiap tahun sekitar 43% dari total PDB Ekonomi Kreatif. Di Indonesia terdapat 3 Kota Metropolitan salah satunya adalah Kota Medan selain dari Jakarta dan Surabaya. Kota Medan sendiri dengan bisnis usaha Kuliner yang bisa kita bilang cukup banyak dan menjadi andalan dalam pertumbuhan ekonomi di Kota Medan. Sektor kuliner di Kota Medan pada tahun 2021 mulai bangkit bisa dilihat dari pelaku usaha kuliner Youtap meningkat hingga 122% (7.320 pelaku usaha). Seperti data BPS 2020,

bahwa ada kenaikan rata-rata pengeluaran penduduk dan konsumsi makanan di kota medan tahun 2020 sebesar 42% yaitu 3.000 pelaku usaha.

Para pelaku usaha pasti menginginkan usaha yang ia jalankan dapat berhasil dan sukses. Keberhasilan atau kesuksesan itu dipilih (Hendro, 2011) sehingga keberhasilan itu dimulai sejak menentukan pilihan, baik itu Pilihan menjadi seorang karyawan atau menjadi seorang intrapreneur, atau menjadi pengusaha atau entrepreneur serta pilihan-pilihan lainnya memiliki impian suksesnya masing-masing. Sukses menurut entrepreneur jika sudah memiliki kebebasan waktu, kebebasan finansial, dan kebebasan berpikir (kasali, 2010). Hendro (2011) mengatakan bahwa entrepreneur yang sukses artinya entrepreneur yang bisa bertahan dengan segala keterbatasannya, memanfaatkan, dan meningkatkan kemampuan untuk memasarkan (tidak hanya menjual) peluang tersebut dengan baik serta terus membangun reputasi yang membuat perusahaan itu berkembang. Jabeen (2014) kesuksesan usaha adalah keberhasilan usaha yang ditunjukkan dari cash flow, omzet, Profitabilitas dan asset. Noor (2013:401) mengatakan bahwa keberhasilan usaha itu adalah tercapainya tujuan yaitu mendapatkan laba dalam artian tingkat persentase pencapaian usaha dari peencanaan usaha yang sebelumnya. Jika hal tersebut diterapkan pada UMKM dapat dinyatakan bahwa kesuksesan usaha UMKM adalah meningkatnya skala usaha UMKM. Kesuksesan menunjuk pada kesuksesan di pasar.

**Tabel 1. 1**  
**Jumlah dan Persentase UMKM Yang Terdaftar Sebagai Binaan Dinas**  
**Koperasi UKM Kota Medan Tahun 2020 dan 2021**

Jenis UMKM	Persentase 2021	Jumlah UMKM	Persentase 2020	Jumlah UMKM	Selisih
Agribisnis	1%	1	0%	-	+1%
Dagang	2%	3	3%	2	-1%
Jasa	4%	6	12%	8	-8%
Kuliner	84%	133	65%	45	+19%
Produksi	9%	15	20%	14	-11%
Total	100%	158	100%	69	

*Sumber: Dinas Koperasi UMKM Kota Medan 2021*

Dari data diatas dapat disimpulkan dari 158 UMKM secara keseluruhan yang terdaftar sebagai Binaan Dinas Koperasi UKM Kota Medan pada tahun 2021 jenis usaha kuliner yang paling banyak dengan tingkat persentasi 84% dari tahun sebelumnya dengan selisih 19%. Berdasarkan Biro Perekonomian Setda Provsu, dalam pusat perekonomian, Medan adalah Kota paling padat di Sumut. Dengan padatnya penduduk, sangat cocok untuk membuka usaha bisnis Kuliner. Berdasarkan artikel oleh Redaksi OCBC NISP (2021), Bisnis kuliner ini salah satu bisnis yang menjanjikan, karena makanan sampai kapanpun akan selalu dibutuhkan selama manusia masih hidup selama itu juga mereka akan butuh makan dan minum demi kelangsungan hidup. Seperti yang terdapat pada teori kebutuhan menurut *Abraham Maslow* yang merupakan tokoh psikologi asal amerika serikat yang mengatakan bahwasanya dari ke lima teori kebutuhan yang ia kemukakan, kebutuhan fisiologis lah kebutuhan yang paling mendasar menurut hierarki Maslow.

Hendro (2011) dalam Naibaho & Sitinjak (2021) dalam ranah kewirausahaan, mengatakan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari faktor peluang, manusia (SDM), keuangan, faktor organisasi, perencanaan, pengelolaan usaha, faktor penjualan dan pemasaran, faktor administrasi dan faktor peraturan pemerintah. Dalam ranah manajemen strategi, terdapat dua pandangan mengenai factor yang menentukan keberhasilan usaha (David & David, 2019). Pandangan RBV (*resources based view*) menganggap

bahwa factor-faktor internal (sumber daya internal) lebih penting bagi sebuah usaha untuk meraih keunggulan bersaing. Sebaliknya, industrial organization berpandangan bahwa factor-faktor eksternal lebih penting dibandingkan dengan factor-faktor internal dalam meraih keunggulan bersaing (David & David, 2019).

Seorang entrepreneur yang sukses pasti pernah mengalami kegagalan tetapi segera bangkit dan tidak berhenti mencoba serta berani mengambil resiko (Hendro, 2011). Kegagalan bisnis yang dimaksud disini adalah situasi dimana bisnis tersebut tidak dapat memenuhi kewajibannya (Honjo dalam Ntema, 2014:14). Hendro (2011) mengelompokkan factor atau penyebab utama kegagalan sebuah usaha yaitu factor yang disebabkan diri sendiri, factor dari luar, dan factor “bencana alam” atau force majeure selain dari banyak factor yang berawal dari sebuah kelemahan. Arasti et.al (2014:11) juga mengungkapkan adanya faktor-faktor yang menyebabkan kegagalan usaha/bisnis dapat diukur melalui beberapa faktor yakni faktor ekonomi, kebijakan ekonomi, perkembangan teknologi, faktor sosial, hubungan dengan pelanggan, hubungan dengan *supplier*, intensitas persaingan, pengelolaan yang buruk pada bank, kecelakaan, kurangnya motivasi, kurangnya keterampilan, kurangnya kemampuan, karakteristik yang buruk, *executive issues*, *partnership*, strategi dan investasi, dan *staffing*.

Karakteristik sebagai penentu dari keberhasilan usaha yaitu ciri atau sifat yang dimiliki seorang wirausahawan untuk menjalankan dan mencapai kesuksesan usaha meliputi karakteristik individu, kepribadian, orientasi kewirausahaan, dan kesiapan menjadi wirausaha ((Islam et al, 2011), Abdullah & Mansor, 2018)). Hendro (2011) dalam Naibaho dan Sitinjak (2021) seorang *entrepreneur* yang sukses bisa menjadi magnet yang begitu kuat mempengaruhi orang yang disekitarnya, atau sebuah virus ‘penyakit menular’ karena memiliki jiwa dan kekuatan karakter *entrepreneur* yang merupakan faktor internal atau diri sendiri. Maka sikap dan perilaku dalam karakter *entrepreneur* menjadi faktor penentu kesuksesan dalam berbisnis (Hendro, 2011).

Selain karakteristik wirausaha sebagai penentu dari keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari kemampuan dalam hal memilih lokasi, apakah lokasi yang dipilih sudah tepat sasaran untuk dijadikan sebagai tempat beroperasinya atau

berjalannya suatu usaha tersebut. Lokasi juga seringkali menentukan kesuksesan suatu bisnis, karena erat kaitannya dengan pasar potensial suatu perusahaan. Dalam penelitian terdahulu Susanto (2019), Lokasi sangat penting sekali dalam kesuksesan suatu usaha, karena lokasi menentukann keberhasilan suatu usaha, dalam penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti seperti Septika (2015), Yuliansari (2016), Ridho (2016) dalam penelitiannya tentang lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha, jadi lokasi sangat menentukan kesuksesan suatu usaha. Sementara, salah satu faktor yang berawal dari sebuah kelemahan (faktor internal), menurut Hendro (2011) yaitu pemilihan lokasi usaha.

Dari latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti variabel karakteristik wirausaha dan lokasi usaha sebagai pengaruh guna untuk mencapai keberhasilan usaha dan memilih kota Medan sebagai tempat penelitian. Dengan alasan tersebut, maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Kuliner di Kota Medan”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka rumusan masalah yang ingin dibahas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah karakteristik wirausaha berpengaruh signifikan (nyata) terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Kuliner di Kota Medan?
- 2) Apakah lokasi usaha berpengaruh signifikan (nyata) terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Kuliner di Kota Medan?
- 3) Apakah karakteristik wirausaha dan lokasi usaha berpengaruh signifikan (nyata) terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Kuliner di Kota Medan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Kuliner di Kota Medan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Kuliner di Kota Medan.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh karakteristik wirausaha dan lokasi usaha secara simultan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Kuliner di Kota Medan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan tercapainya tujuan dari penelitian ini, maka diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis  
Menambah ilmu dan pengetahuan serta melatih untuk menganalisis dan membandingkan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini.
2. Bagi Universitas  
Sebagai tambahan kekayaan penelitian dan literature kepustakaan untuk dapat digunakan dan didokumentasikan.
3. Bagi Pelaku UMKM  
Sebagai masukan kepada seluruh pelaku-pelaku UMKM dan sebagai pendukung agar dapat berkembang dimasa yang akan datang.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya  
Sebagai referensi untuk penelitian yang akan dilakukan dimasa yang akan datang.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Kewirausahaan**

Kewirausahaan menurut instruksi Presiden RI No.4 Tahun 1995: “Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan keuntungan yang lebih besar”. Berkewirausahaan adalah hal-hal atau upaya-upaya yang berkaitan dengan penciptaan kegiatan atau usaha atau aktivitas bisnis atas dasar kemauan sendiri dan atau mendirikan usaha atau bisnis dengan kemauan dan atau kemampuan sendiri. Wirausaha/wiraswasta adalah orang-orang yang memiliki sifat-sifat kewirausahaan dan umumnya memiliki keberanian dalam mengambil resiko terutama dalam menangani usaha atau perusahaannya dengan berpijak pada kemampuan dan atau kemauan sendiri. Munawaroh, M, et al, (2016) dalam Ramadhani dan Jamiat (2020) mengatakan bahwa Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif, kreatif, berdaya, bercipta, berkarsa, dan bersahaja dalam berusaha meningkatkan pendapatan kegiatan usahanya atau kiprahnya. (Alifuddin & Razak, 2015:23) dalam Ramadhani & Jamiat (2020) mengatakan bahwa istilah wirausaha dalam kamus besar bahasa indonesia (KBBI) adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produk baru, menyusun operasi untuk pengadaan produksi baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya.

##### **2.1.2 Pengertian UMKM**

Penjelasan tentang pengertian UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha

mikro, kecil dan menengah (UMKM) ada beberapa kriteria yang dipergunakan, yakni sebagai berikut:

- a) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perseorangan dan/atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro yang diatur oleh undang-undang yang kekayaan bersih maksimal Rp.50.000.000 (lima puluh juta rupiah) juga tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Selain itu, omzet tahunan maksimal Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).
- b) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil yang diatur dalam undang-undang. Kriteria usaha kecil adalah kekayaan bersih berkisar lebih dari Rp. 50.000.000 sampai Rp.500.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan usaha. Selain itu, memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000 sampai dengan paling banyak Rp. 2,5 miliar.
- c) Usaha Menengah adalah usaha ekonommi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur oleh undang-undang. Adapun kriteria jumlah kekayaan bersih harus lebih dari Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) hingga paling banyak Rp.10.000.000.000 (10 miliar). Selain itu, penjualan tahunan lebih dari Rp. 2,5 miliar sampai paling banyak Rp. 50 miliar.



### 2.1.3 Karakteristik UMKM

Pada dasarnya, UMKM memiliki berbagai karakteristik. Berdasarkan perkembangannya UMKM diklasifikasikan menjadi 4 kriteria (Resalawati, 2011) yaitu:

- a) *Livelihood Activities*: adalah UMKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah. Umumnya dikenal sebagai sektor informal.
- b) *Micro Enterprise*: UMKM yang memiliki sifat pengrajin, tetapi tidak bersifat kewirausahaan.
- c) *Small Dynamic Enterprise*: UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan serta mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- d) *Fast Moving Enterprise*: UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar.

### 2.1.4 Keberhasilan Usaha (Business Success)

Menurut Noor (2013:401) dalam Krisdiana dan Dahlia (2021) keberhasilan usaha adalah keberhasilan suatu bisnis adalah tercapainya tujuan yaitu mendapatkan laba. Menurut pendapatnya Suryana (dalam Nurzaman, 2014), “untuk menjadi wirausaha yang sukses, seseorang harus memiliki ide atau visi bisnis yang jelas serta kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko baik waktu maupun uang. Jabeen (2014) dalam Indarto dan Santoso (2020), kesuksesan usaha adalah keberhasilan usaha ditunjukkan dari cash flow, omzet, profitabilitas dan asset. Jika diterapkan pada UMKM dapat dinyatakan bahwa kesuksesan usaha UMKM adalah meningkatnya skala usaha UMKM terkait persentase pencapaian usaha dari perencanaan usaha sebelumnya. Dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk dapat mempertahankan kelangsungan usahanya. menurut Porter (Suryana, 2013:245) suatu perusahaan dapat mencapai keberhasilan bila tiga kondisi terpenuhi, yaitu:

- a) Tujuan perusahaan dan kebijakan fungsi-fungsi manajemen (pemasaran, keuangan, operasi dan manajemen) harus secara kolektif menunjukkan posisi yang terkuat di pasar.

- b) Tujuan dan kebijakan tersebut ditumbuhkan berdasarkan kekuatan perusahaan, serta diperbaharui terus (dinamis) sesuai dengan perubahan peluang dan ancaman lingkungan eksternal.
- c) Perusahaan harus memiliki dan menggali kompetensi khusus sebagai pendorong untuk menjalankan perusahaan, misalnya dengan reputasi merk (brand name) dan biaya produk yang rendah (low cost).

Keberhasilan usaha adalah laba atau keuntungan yang dihasilkan, mampu mensejahterakan kehidupan (Andreas, 2011). Noor (dalam Farisi 2013), menyatakan bahwa keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya, dan keberhasilan usaha adalah tujuan utama dari sebuah perusahaan atau bisnis yang segala aktivitasnya didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan atau kesuksesan. Daulay dan Ramadini (2013) keberhasilan berwirausaha tidaklah identik dengan seberapa berhasil seseorang mengumpulkan uang atau harta serta menjadi kaya, karena kekayaan bisa diperoleh dengan berbagai cara sehingga menghasilkan nilai tambah. Berdasarkan uraian diatas, suatu usaha dikatakan berhasil berarti jika suatu kondisi usaha lebih baik dari kondisi usaha yang sebelumnya, sedangkan keberhasilan usaha dapat diukur dengan melihat dari pencapaian yang didapat.

### **2.1.5 Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha**

Hendro (2011) dalam Naibaho dan Sitinjak (2021) mengatakan faktor-faktor yang mempengaruhi suatu keberhasilan usaha antara lain sebagai berikut:

- a) Faktor Peluang
 

Banyak peluang emas tetapi belum tentu tepat untuk anda karena peluang emas yang tepat itu mengandung keselarasan, keserasian, keharmonisan antara siapa aku, bisnis apa yang dimasuki, pasarnya bagaimana, kondisi, situasi, dan perilaku pasarnya sehingga anda bisa menemukan peluang emas yang tepat buat anda.
- b) Faktor manusia (SDM)
 

Hanya ada lima faktir kesuksesan operasional sebuah usaha dan yang lainnya adalah strategi serta perencanaan matang.
- c) Faktor keuangan

Jangan pernah berpikir bahwa bisnis tanpa keuangan ( *arus kas/cash flow*) yang lancar itu bisa berhasil. Arus kas itu bagaikan aliran darah dalam tubuh kita. Bila arus kas tidak mengalir, maka bisnis pun pasti akan berhenti dan mati.

d) Faktor organisasi

Ibarat sebuah pohon yang memiliki batang yang kokoh dan kuat, organisasi usaha itu harus terstruktur dengan baik. organisasi usaha juga tidak statis tetapi dinamis, kreatif, dan berwawasan ke depan. Organisasi sangat penting untuk karyawan dan pengusaha.

e) Faktor perencanaan

Harus memahami bahwa bekerja tanpa sebuah rencana itu sama saja berjalan tanpa tujuan yang jelas. Jadi sudah pasti rencana adalah faktor yang penting dalam sebuah usaha.

f) Faktor pengelolaan usaha

Semua faktor diatas adalah *soft plan success factors* atau faktor-faktor keberhasilan usaha, tetapi kita pun juga membutuhkan *action your plan as well as*.

g) Faktor pemasaran dan penjualan

Pada konteks ini, penjualan dan pemasaran itu adalah sebagai lokomotif bagi gerbong-gerbong lainnya seperti keuangan, personalia, produksi, distribusi, logistic, pembelian, dan lain-lain.

h) Faktor administrasi

Tanpa adanya pencatatan dan dokumentasi yang baik dan pengumpulan serta pengelompokan data administrasi, maka strategi, taktik, perencanaan, pengembangan, program-program, dan arah perusahaan menjadi tidak berjalan sesuai harapan karena hanya dilakukan berdasarkan perasaan saja.

i) Faktor peraturan pemerintah, politik, sosial, ekonomi, dan budaya local (poleksosbud)

Faktor ini berpengaruh banyak karena usaha juga berhubungan dengan:

1. peraturan pemerintah dan peraturan daerah seperti pajak, retribusi, pendapatan daerah, dan lain-lain.

2. Legalitas perizinan
3. Situasi ekonomi dan politik
4. Perkembangan budaya local yang harus diikuti
5. Lingkungan sosial yang berbeda di setiap daerah
6. Faktor-faktor pendamping lainnya

#### **2.1.6 Kelemahan Awal sebuah Bisnis**

Dalam setiap membuka suatu usaha/bisnis yang baru pasti ada saja kelemahan/kendala nya. Dalam Naibaho dan Sitinjak (2021) adapun kelemahan awal sebuah bisnis menurut Hendro (2011) antara lain sebagai berikut:

1. Tidak atau jarang membuat perencanaan usaha secara tertulis
2. Kontradiktif antara aku dan bisnis
3. Lokasi tidak tepat untuk bisnisnya
4. Bisnis tidak mempunyai tenaga ahli, keunikan dan perbedaan yang jelas
5. Tidak berorientasi ke depan
6. Tidak melakukan riset dan analisis pasar
7. Masalah legalitas dan perizinan
8. Tidak kreatif dan inovatif
9. Cepat puas diri
10. *One man show or "the boss not a leader"*
11. Anggota keluarga ikut masuk ke dalamnya
12. Kesulitan keuangan dan cash flow

#### **2.1.7 Indikator Keberhasilan Usaha**

Noor (2013:401) untuk mengukur suatu usaha berhasil atau tidaknya dapat dilihat dari indikator keberhasilan usaha yaitu, sebagai berikut:

1. Mendapatkan Profit  
laba merupakan tujuan utama dari bisnis. Laba usaha adalah selisih antara pendapatan dengan biaya.
2. Memiliki Produktifitas dan Efisiensi  
besar kecilnya produktivitas suatu usaha akan menentukan besar kecilnya produksi. Hal ini akan mempengaruhi besar kecilnya penjualan dan pada

akhirnya menentukan besar kecilnya pendapatan, sehingga mempengaruhi besar kecilnya laba diperoleh.

3. Berdaya saing

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. Memiliki Kompetensi dan etika usaha

kompetensi merupakan akumulasi dari pengetahuan, hasil penelitiannya, 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.

### **2.1.8 Karakteristik Wirausaha (characteristic entrepreneurial)**

Sukses tidaknya seorang berwirausaha dalam mengelola bisnis atau menjalankan usahanya tidak hanya dipengaruhi oleh banyaknya modal yang dimiliki, ataupun fasilitas atau koneksi untuk itu. Akan tetapi suksesnya suatu bisnis/usaha itu tergantung dari orangnya sendiri, bisnis itu dapat dikelola oleh orang-orang yang berjiwa entrepreneur dan tahu persis tentang dimana, apa, mengapa dan bagaimana bisnis itu harus berjalan dan dikelolanya. Salah satu penentu kesuksesan usaha/keberhasilan usaha itu sendiri dilihat dari karakteristik wirausaha itu sendiri. Karakteristik wirausaha adalah ciri atau sifat yang dimiliki seorang wirausahawan untuk menjalankan dan mencapai kesuksesan usaha meliputi karakteristik individu, kepribadian, orientasi kewirausahaan dan kesiapan menjadi wirausaha (Islam et al, 2011) dalam Indarto dan Santoso (2020). Karakteristik seorang wirausahawan yang sukses dapat dilihat dari bagaimana

pengendalian diri, mengusahakan terselesaikannya urusan, mengarahkan diri sendiri, mengelola dengan sasaran, penganalisis kesempatan, pemikir kreatif, pemecah masalah, dan pemikir yang objektif. Menurut Abdullah dan Mansor (2018) dalam Indarto dan Santoso (2020:57) menyatakan bahwa karakteristik wirausaha memainkan peranan penting dalam menjamin kesuksesan usaha UMKM.

Pengusaha yang memiliki karakteristik wirausaha dapat menghadapi permasalahan dan hambatan yang dihadapinya. Dalam Indarto & Santoso (2020:57), Suryana (2014) mengungkapkan bahwa karakteristik wirausaha memiliki motif berprestasi. Seorang wirausahawan (*entrepreneur*) adalah seorang yang kreatif dan inovatif, berani mengambil resiko melalui pemanfaatan kesempatan usaha yang potensial dan mensinergikan asset-aset dan kapabilitas sehingga asset dan kapabilitas tersebut dapat dikapitalisasikan (Zimmer, et al 2008). Karakteristik wirausaha/pengusaha dapat dilihat dari kepercayaan diri, kemandirian dan tanggung jawab, keberanian untuk mengambil resiko, pengalaman, keinisiatifan, dan berorientasi pada pencapaian/masa depan. Ezzel, (2019) dalam Indarto dan Santoso (2020) mengatakan bahwa karakteristik wirausaha yang merupakan factor internal yang menentukan kesuksesan usaha menunjuk pada karakter-karakter seperti: memiliki semangat tinggi, memiliki keinginan untuk selalu berinovasi, selalu menerima tanggung jawab dengan sebaik mungkin, ingin berprestasi yang sangat tinggi dan berani mengambil resiko.

Hendro (2011) dalam Naibaho dan Sitinjak (2021) seorang *entrepreneur* yang sukses bisa menjadi magnet yang begitu kuat mempengaruhi orang yang disekitarnya, atau sebuah virus ‘penyakit menular’ karena memiliki jiwa dan kekuatan karakter *entrepreneur* yang merupakan faktor internal atau diri sendiri. Maka sikap dan perilaku dalam karakter *entrepreneur* menjadi faktor penentu kesuksesan dalam berbisnis (Hendro, 2011)

### **2.1.9 Indikator Karakteristik Wirausaha**

Menurut Md Aminul Islam dan Khan (2011), Christian Seralos (2006), Murad Husni Abdulwahab dan Rula Ali Al-Damen adapun indikator dari karakteristik wirausaha/ciri-ciri wirausaha adalah sebagai berikut:

1. *Need for Achievement* (berorientasi pada pencapaian)  
*Need for Achievement* merupakan watak secara psikologi yang dimiliki pengusaha dan merupakan merupakan hasrat untuk memenuhi standar internal yang harus dicapai. Karakteristik ini didefinisikan sebagai seseorang yang memiliki keinginan besar untuk mencapai kesuksesan. *Need for Achievement* merupakan watak psikologi yang mendorong pengusaha untuk mencapai standar yang tinggi sehingga menghantarkan pengusaha tersebut pada kesuksesan.
2. *Self-Confidence* (kepercayaan diri)  
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 menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu yang bermanfaat, sehingga dapat menambah nilai baik bagi dirinya, bagi perusahaan maupun bagi masyarakat.
4. *Independency (Autonomi) and Responsibility* (Kemandirian dan Tanggung Jawab)
5. Kemandirian dan tanggung jawab adalah keinginan untuk memiliki kendali atas pekerjaan yang dilakukan, keinginan untuk bertanggung jawab atas semua hasil yang dicapai dan menyukai tantangan untuk memiliki usaha sendiri dan untuk menjadi bos dalam bisnisnya.
6. *Risk Taking Propensity* (Keberanian menerima resiko)  
*Risk Taking Propensity* adalah kecenderungan pengusaha dalam membuat keputusan dalam keadaan yang penuh ketidakpastian dengan sedikit informasi dan hasil yang tidak pasti.
7. *Experience* (Pengalaman)  
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.

#### **2.1.10 Lokasi Usaha (Business Location)**

Menurut Tjiptono, (2009) lokasi usaha adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Dalam berwirausaha, memilih lokasi usaha merupakan salah satu kegiatan awal yang harus dilakukan sebelum perusahaan mulai beroperasi. Dalam hal ini lokasi merupakan salah satu faktor penting bagi perusahaan karena dapat mempengaruhi perkembangan dan kelangsungan hidup perusahaan. Dalam menentukan lokasi usaha, yang harus dipertimbangkan itu adalah kestrategisannya, apakah daerah tersebut dapat dijadikan sebagai pusat bisnis atau bukan. Lokasi usaha yang strategis sangat menentukan keberhasilan suatu usaha dagang maupun jasa, lokasi usaha yang strategis merupakan kemudahan pelanggan untuk mencapai para pedagang. Dalam Susanto (2019); Dalam bisnis, mencari dan menentukan lokasi merupakan tugas yang paling penting karena penentuan lokasi yang tepat merupakan kunci kesuksesan suatu bisnis.

Dalam menentukan lokasi usaha, faktor yang harus dipertimbangkan, yaitu kestrategian, apakah daerah tersebut dapat dijadikan pusat bisnis atau bukan. Hal ini yang juga harus dipertimbangkan yaitu arus lalu lintasnya. Arus lalu lintas mempengaruhi penempatan lokasi usaha karena dapat menarik konsumen untuk mengunjungi bisnis tersebut dan bahkan juga memungkinkan konsumen untuk membeli (Utami, 2012) dalam Susanto (2019). Dalam menentukan lokasi usaha, faktor yang harus dipertimbangkan, yaitu kestrategian, apakah daerah tersebut dapat dijadikan pusat bisnis atau bukan. Hal lain yang harus diperhatikan adalah arus lalu lintasnya. Arus lalu lintas mempengaruhi penempatan lokasi usaha karena dapat menarik konsumen untuk mengunjungi bisnis tersebut dan bahkan juga memungkinkan konsumen untuk membeli (Utami, 2012). Lokasi juga seringkali menentukan kesuksesan suatu bisnis, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial suatu perusahaan. Lokasi sangat penting dalam kesuksesan suatu bisnis, karena lokasi menentukan keberhasilan suatu usaha, dalam penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti seperti Septika (2015), Yuliansari (2016), Ridho



(2016) dalam Susanto (2019) dalam penelitiannya tentang lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha, dimana hasil penelitian mereka mengatakan bahwa lokasi usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha, jadi lokasi usaha sangat menentukan kesuksesan suatu usaha. Septika (2015) dalam penelitiannya yang mengatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Dalam bisnis, mencari dan menentukan lokasi merupakan tugas yang paling penting karena penentuan lokasi yang tepat merupakan kunci kesuksesan suatu bisnis (Susanto, 2019). Sementara, salah satu faktor yang berawal dari sebuah kelemahan (faktor internal), menurut Hendro (2011) yaitu pemilihan lokasi usaha.

Berdasarkan dari uraian diatas, maka lokasi adalah suatu keputusan perusahaan untuk menentukan tempat usaha, menjalankan kegiatan usaha atau kegiatan operasional, dan mendistribusikan barang atau jasa yang menjadi kegiatan bisnisnya kepada konsumen. Pentingnya lokasi bagi perusahaan atau pengusaha sangat mempengaruhi keputusan sasaran pasar dalam menentukan keputusan pembeliannya.

#### **2.1.11 Indikator Lokasi Usaha**

Adapun indikator dari lokasi usaha menurut Tjiptono (2009) dalam Novita dan Nurhasanah (2018), adalah sebagai berikut:

1. Akses  
misalnya lokasi sering dilalui atau mudah dijangkau secara transportasi.
2. Visibilitas  
yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lalu lintas (*traffic*): menyangkut dua pertimbangan utama:
  - a. Banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap pembelian, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan tanpa melalui usaha-usaha khusus.
  - b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga jadi peluang.
4. Tempat parkir  
disini meliputi tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.

5. Ekspansi  
yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan dikemudian hari.
6. Lingkungan  
yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan atau jenis usaha yang tersedia. Sebagai contoh, restoran atau rumah makan berdekatan dengan daerah pondokan, asrama, kampus, sekolah, perkantoran, dan sebagainya.
7. Persaingan  
persaingan atau lokasi pesaing sebagai contoh dalam menentukan lokasi restoran perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah yang sama terdapat restoran atau rumah makan yang lain.
8. Peraturan Pemerintah  
misalnya ketentuan yang melarang rumah makan berlokasi terlalu berdekatan dengan pemukiman penduduk atau tempat ibadah dan sebagainya.

## **2.2 Tinjauan Empiris**

Penelitian terdahulu didalam penelitian ini dapat membantu penulis untuk dijadikan bahan sebagai acuan untuk melihat seberapa besar pengaruh hubungan antar variabel independen dan variabel dependen yang memiliki kesamaan dalam penelitiannya, dan kemudian dapat diajukan sebagai hipotesis. Adapun beberapa penelitian yang berkaitan dengan variabel-variabel yang berpengaruh terhadap keberhasilan usaha adalah sebagai berikut.

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

NO	PENULIS	JUDUL DAN SUMBER JURNAL	TUJUAN, MODEL PENELITIAN & METODOLOGI	TEMUAN, IMPLIKASI DAN MODEL
1	Miftahul Fatwa Apriliani (2018)	<p>Judul: Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Tenaga Kerja Terhadap Keberhasilan UMKM Batik</p> <p>Sumber jurnal: <i>Economic Education Analysis Journal</i></p>	<p>Tujuan: Untuk mengetahui pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha dan tenaga kerja terhadap keberhasilan UMKM batik di kelurahan Kradenan Kota Pekalongan.</p> <p>Variabel: keberhasilan usaha (Y), karakteristik wirausaha (X1), modal usaha (X2), tenaga kerja (X3).</p> <p>Populasi: Pengusaha batik di kelurahan Kradenan dengan jumlah 45 unit usaha batik dengan menggunakan sampel jenuh.</p> <p>Metode pengumpulan data : metode penelitian kuantitatif metode angket dengan teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif presentase, uji asumsi klasik dan</p>	<p>Ada pengaruh secara simultan dan parsial antara karakteristik wirausaha, modal usaha, dan tenaga kerja terhadap keberhasilan UMKM batik di Kelurahan Kradenan Kota Pekalongan. Pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha. Lokasi usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha. Variable kreativitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha. Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, lokasi usaha, dan kreativitas pengusaha secara simultan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.</p>

			analisis regresi berganda.	
2	Athiya Dwi Anggini dan Abdul Malik (2021)	<p>Pengaruh Motivasi dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner Bagasta Café di Kelurahan Sidorame Barat II, Kecamatan Medan Perjuangan</p> <p>Sumber jurnal: All Fields of Science J-LAS</p>	<p>Tujuan: Untuk mengetahui pengaruh motivasi dan lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha pada karyawan Bagasta café di kelurahan sidorame barat II, kecamatan Medan Perjuangan.</p> <p>metode penelitian: kuantitatif.</p> <p>Teknik analisis data : analisis deskriptif.</p> <p>Variabel independen : Motivasi dan Lokasi wirausaha</p> <p>Variabel dependen: keberhasilan usaha</p> <p>Teknik pengambilan sampel : sampling jenuh</p> <p>Metode pengambilan data : kuisisioner</p>	<p>Hasil uji hipotesis secara simultan (uji-F) variabel motivasi dan lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Uji hipotesis parsial (Uji t) variabel motivasi dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Hasil uji determinasi diperoleh nilai R square sebesar 0,751, artinya variabel keberhasilan usaha dapat dijelaskan sebesar 75,1% oleh variabel motivasi dan lokasi, sementara sisanya 24,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.</p>
3	Ali Al Jufri, Grisna Anggadwita, Mediany Kriseka Putri (2017)	Judul: Pengaruh karakteristik Entrepreneur terhadap kesuksesan usaha kuliner kabupaten bandung (studi	Tujuan: Untuk mengetahui gambaran karakter pengusaha dan kesuksesan pengusaha kuliner di kecamatan	Secara keseluruhan karakter pengusaha dan kesuksesan usaha menunjukkan nilai yang rendah sehingga dikategorikan buruk.

		<p>kasus: usaha kuliner kecamatan bojongsong)</p> <p>Sumber jurnal: <i>e-Proceeding of management.</i></p>	<p>bojongsong dan seberapa besar pengaruh karakter pengusaha terhadap kesuksesan usaha.</p> <p>Metode Penelitian: Metode Kuantitatif deskriptif</p> <p>Variable: X1: karakteristik Entrepreneur Y: kesuksesan usaha</p> <p>Sumber data : utama dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuisisioner yang disebarkan kepada 148 pengusaha kuliner.</p>	<p>Hasil uji regresi linear menunjukkan bahwa karakter pengusaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan usaha.</p>
4	Fadly Ramadhani dan Nuslih Jamiat (2020)	<p>Judul: Analisis karakteristik entrepreneur terhadap keberhasilan usaha kuliner di bandung (studi kasus: usaha kuliner Bebeke Om Aris Bandung).</p> <p>S.Jurnal: <i>e-Proceeding of management</i></p>	<p>Metode: yang Judul: Analisis karakteristik entrepreneur terhadap keberhasilan usaha kuliner di bandung (studi kasus: usaha kuliner Bebeke Om Aris Bandung).</p> <p>S.Jurnal: <i>e-Proceeding</i> digunakan dalam penelitian ini metode kuantitatif Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah pengusaha dan karyawan</p>	<p>Karakteristik entrepreneur pada pemilik/karyawan usaha kuliner berada pada kategori yang cukup baik. Keberhasilan usaha pada pemilik/karyawan dalam usaha kuliner Bebeke Om Aris di Bandung berada pada kategori tinggi. Karakteristik entrepreneur berpengaruh terhadap keberhasilan usaha Bebeke Om Aris di Bandung.</p>

			bebeke om aris di bandung yang berjumlah 25orang. Analisis deskriptif	
5	Mufidah, Diana dan Sudaryanti (2021)	Judul: Pengaruh Penggunaan Akuntansi, Lokasi Usaha Dan Lama Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Sentra Industri Keripik Tempe Di Kota Malang)  Sumber jurnal: E-JRA	Tujuan: Untuk menguji Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi, Lokasi Usaha dan Lama Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Sanan Malang.  Populasi: seluruh pelaku usaha produsen keripik tempe di sanan malang  Teknik pengambilan sampel: purposive sampling dan sampel sebanyak 65 orang  Teknik pengumpulan data: menggunakan kuisioner (angket)	Secara simultan variabel independen yaitu penggunaan informasi akuntansi (X1), Lokasi Usaha (X2), dan lama usaha (X3) berpengaruh terhadap variabel dependen yakni keberhasilan usaha Terdapat pengaruh positif penggunaan informasi akuntansi terhadap keberhasilan usaha UMKM produsen keripik tempe sanan malang Terdapat pengaruh positif lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha UMKM Produsen keripik tempe sanan Malang Terdapat pengaruh positif lama usaha terhadap keberhasilan usaha UMKM produsen keripik tempe sanan Malang

Sumber: Diolah oleh penulis (2022)

## 2.3 Kerangka Berpikir

### 1. Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha

Dalam Ramadhani & Nuslih (2020), Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif, kreatif, berdaya, bercrepta, berkrasa, dan bersahaja dalam berusaha meningkatkan pendapatan kegiatan usahanya atau kiprahnya (Munaroh,

*M, et al., 2016*). Variable karakteristik wirausaha, seorang wirausahawan (entrepneur) adalah seorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil resiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang yang signifikan dan menggabungkan sumber-sumber daya yang diperlukan sehingga sumber-sumber daya itu bisa dikapitalisasikan (*Zimmer, et al 2008:4*).

Dalam penelitian terdahulu Ramadhani & Nuslih (2020), istilah wirausahawan dalam kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produk baru, menyusun operasi untuk pengadaan produksi baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya (Alifuddin & Razak, 2015:23). Dalam Apriliani (2018), dalam kamus Poerwadarminta, karakter diartikan sebagai tabiat, watak sifat-sifat kejiwaan, akhlak atau budi pekerti yang membedakan seseorang dari pada yang lain (Suryana & bayu, 2015). Dalam Apriliani (2018), sumber daya manusia merupakan factor utama yang berperan dalam menghadapi permasalahan dan hambatan dalam mencapai keberhasilan usaha, pengusaha yang memiliki karakteristik wirausaha dapat menghadapi permasalahan dan hambatan yang terjadi sesuai dengan pendapat Suryana (2014) mengungkapkan bahwa karakteristik wirausaha memiliki motif berprestasi. Didalam Apriliani & Widiyanto (2018), dimana berdasarkan penelitian yang dilakukan Fitriyani (2017) hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif signifikan antara karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha.

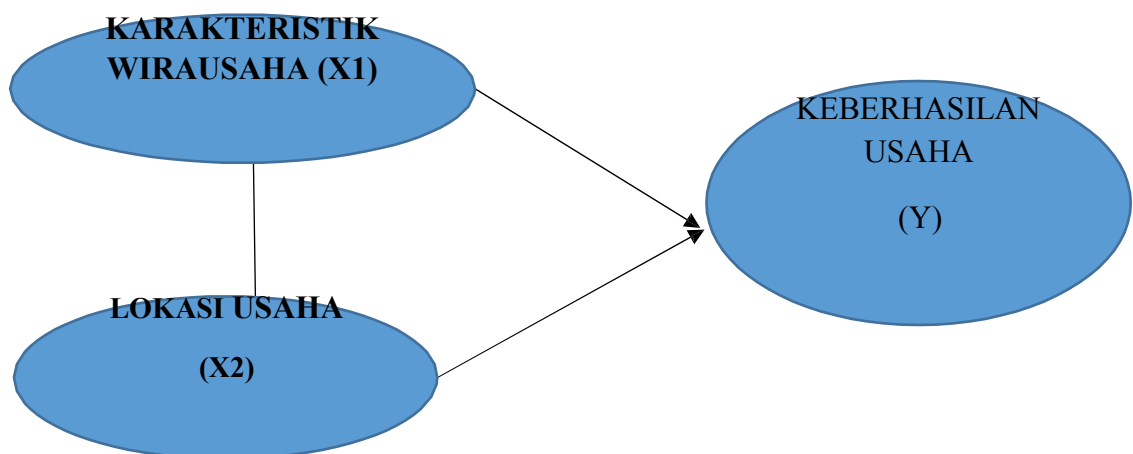
## **2. Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha**

Dalam Susanto (2019), Dalam bisnis, mencari dan menentukan lokasi merupakan tugas yang paling penting karena penentuan lokasi yang tepat merupakan kunci kesuksesan suatu bisnis. Dalam menentukan lokasi usaha, factor yang harus dipertimbangkan yaitu ke strategisan, apakah daerah tersebut dapat dijadikan pusat bisnis atau bukan. Hal ini yang juga harus dipertimbangkan yaitu arus lalu lintasnya. Arus lalu lintas mempengaruhi penempatan lokasi usaha karena dapat menarik konsumen untuk mengunjungi bisnis tersebut dan bahkan juga memungkinkan konsumen untuk membeli (Utami, 2012). Didalam Susanto (2019), mengatakan bahwa Lokasi juga seringkali menentukan kesuksesan suatu bisnis,

karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial suatu perusahaan. Lokasi sangat penting sekali dalam kesuksesan suatu usaha, karena lokasi menentukan keberhasilan suatu usaha, dalam penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti seperti septika (2015), Yuliansari (2016), Ridho (2016) dalam penelitiannya tentang lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha, dimana hasil penelitian mereka mengatakan bahwa lokasi usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha, jadi lokasi usaha sangat menentukan kesuksesan suatu usaha.

Lokasi Usaha adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang atau jasa yang mementingkan segi ekonominya (Fandi Tjiptono, 2009). Dari hasil akhir penelitian terdahulu oleh Hari Susanto (2019), bahwa variabel lokasi usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha. Begitupun juga hasil penelitian dari jurnal terdahulu oleh Ekasari dan Nurhasanah (2018) variabel Lokasi Usaha secara simultan merupakan kesatuan dalam menciptakan keberhasilan usaha dan secara parsial juga memberikan pengaruh terbesar terhadap keberhasilan usaha.

**Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir**





## 2.4 Hipotesis

Bambang Supomo, (2017:72), “Proposisi merupakan ungkapan atau pernyataan yang dapat dipercaya, disangkal atau diuji kebenarannya, mengenai konsep atau *construct* yang menjelaskan atau memprediksi fenomena-fenomena. Proposisi yang dirumuskan dengan maksud untuk diuji secara empiris disebut dengan hipotesis. Bambang Supomo (2017:73), hipotesis menyatakan hubungan yang diduga secara logis antara dua variabel atau lebih dalam rumusan proposisi yang dapat diuji secara empiris. Hipotesis dalam penelitian kuantitatif, dikembangkan dari telaah teoritis sebagai jawaban sementara dari masalah atau pertanyaan penelitian yang memerlukan pengujian secara empiris. Sesuai dengan fokus permasalahan yang sedang diteliti oleh peneliti terkait dengan kinerja perusahaan pada UMKM di Kota Medan, maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

1. Karakteristik Wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Kuliner di Kota Medan.
2. Lokasi Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Kuliner di Kota Medan.
3. Karakteristik Wirausaha dan Lokasi Usaha secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Kuliner di Kota Medan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Sugyono (2017:8) “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/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Peneliti ini bertujuan sebagai penelitian deskriptif. Peneliti kuantitatif dalam melihat hubungan variabel terhadap obyek yang diteliti bersifat sebab akibat (kausal), sehingga dalam penelitiannya ada variabel independen dan dependen, (Sugyono, 2018:11). Adapun variabel yang dihubungkan yaitu variabel independen berupa karakteristik wirausaha (X1), dan lokasi usaha (X2) dengan variabel dependen keberhasilan usaha UMKM Kuliner Kota Medan (Y).

#### **3.2 Tempat dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan pada cakupan kota medan melalui data langsung seperti pelaku-pelaku usaha mikro, kecil dan menengah. waktu penelitian dilaksanakan pada bulan April 2022 sampai dengan selesai.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Menurut Sugyono (2018:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Adapun populasi dalam penelitian ini diperoleh berdasarkan data yang di dapat dari Binaan Dinas Koperasi UKM Kota Medan pada tahun 2021 berjumlah 158 pelaku UMKM Kuliner di Kota Medan.

## 2. Sampel

Menurut Sugyono (2018:81), “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sampel dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kota Medan yang terdaftar sebagai Binaan Dinas Koperasi Kota Medan dan sampai saat ini masih beroperasi. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel/jumlah responden

N = Ukuran Populasi

e = Persentase kelonggaran ketelitian pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir e = 0,1. Maka untuk mengetahui sampel penelitian ini, dengan perhitungan sebagai berikut:

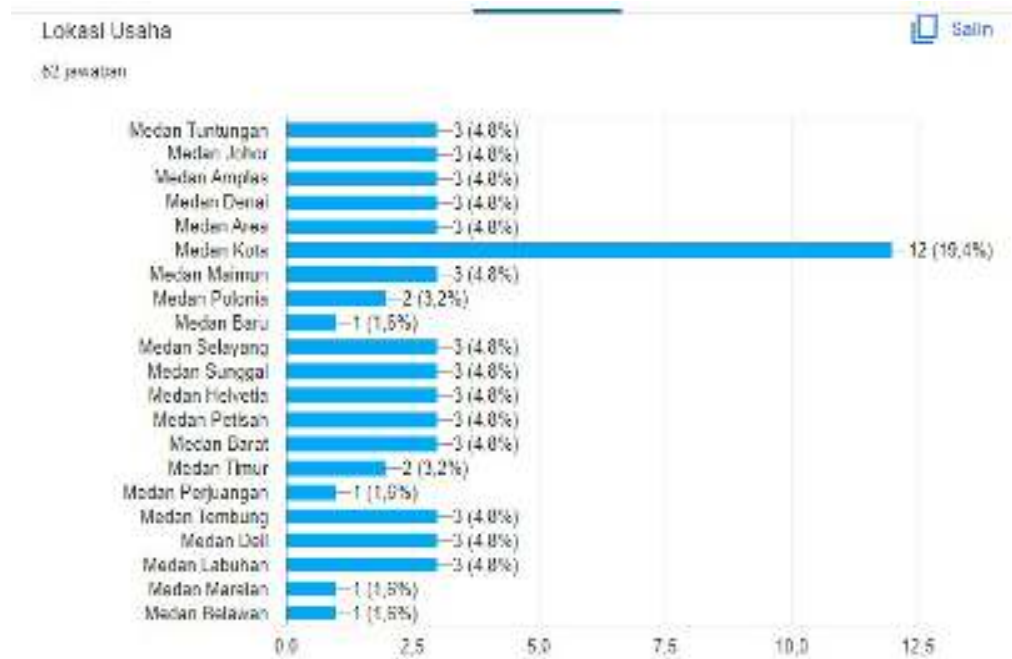
$$\begin{aligned}n &= \frac{158}{1 + 158(0,1)^2} \\n &= \frac{158}{1 + 1,58} \\n &= \frac{158}{2,58}\end{aligned}$$

n = 61,2403101; maka jumlah responden dalam penelitian ini adalah 62.

Dalam penelitian ini penulis melakukan Teknik pengambilan sampel secara probabilitas dengan teknik *Cluster random sampling*, yang merupakan teknik penentuan sampel dengan menggunakan dua tahapan, yakni menentukan sampel daerah kemudian menentukan responden yang berada pada daerah sampel (Sugyono, 2018:4). Adapun daerah yang menjadi objek penelitian adalah 21 kecamatan di kota medan dengan jumlah responden untuk setiap kecamatan adalah 62 responden : 21 kecamatan = 2,9. Sehingga pada 1 kecamatan jumlah responden adalah 12 pelaku usaha UMKM Kuliner, 2 kecamatan jumlah responden adalah 2 pelaku usaha UMKM Kuliner, 4 kecamatan jumlah responden adalah 1 pelaku usaha UMKM Kuliner dan 14 kecamatan jumlah responden adalah 3 pelaku usaha

UMKM kuliner. Adapun sebaran responden dalam penelitian ini pada setiap kecamatan di Kota Medan adalah sebagai berikut.

**GAMBAR 3. 1**  
**Sebaran Responden**



*Sumber: diolah oleh penulis (2022)*

### 3.4 Jenis Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis data untuk membantu memecahkan masalah, yaitu:

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. Data primer disini dapat berupa hasil wawancara dan pengisian kuisisioner. Data primer dalam hal ini adalah identitas si pelaku usaha (umur usaha, bidang usaha, nama usaha, no telepon, nama pemilik, alamat usaha, e-mail).

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan. Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, dan arsip yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan. Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara berkunjung ke perpustakaan, pusat kajian, pusat arsip, melihat di google dan membaca buku atau jurnal yang berhubungan terhadap penelitiannya.

### **3.5 Metode Pengumpulan Data**

Dalam memperoleh data, metode pengumpulan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan:

1. Kuisisioner

Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan langsung dari pengisian kuisisioner (angket) yang ditujukan kepada responden tentang tanggapan atau pandangannya mengenai karakteristik wirausaha dan lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di kota Medan.

2. Wawancara

Wawancara merupakan suatu jenis pengumpulan data dimana peneliti mengajukan pertanyaan secara lisan untuk mendapatkan informasi kepada reponden tentang tanggapan atau pandangannya mengenai Karakteristik Wirausaha dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kuliner di Kota Medan.

### **3.6 Defenisi Operasional Variabel**

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan dependen. Variabel independen yaitu variabel yang nilainya tidak dipengaruhi oleh variabel lain, dimana variabel independen dalam penelitian ini adalah karakteristik wirausaha dan lokasi usaha. Adapun variabel dependennya yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel lain dan yang termasuk variabel dependen dalam penelitian ini adalah keberhasilan usaha pada usaha mikro, kecil dan menengah

(UMKM) di kota Medan. Defenisi operasional untuk variabel-variabel dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

**Tabel 3. 1**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Ukuran
Karakteristik Wirausaha (X 1) Ciri atau sifat yang dimiliki seorang wirausahawan untuk menjalankan dan mencapai kesuksesan usaha meliputi karakteristik individu, kepribadian, orientasi kewirausahaan, dan kesiapan menjadi wirausaha. (Islam et al, 2011), Abdullah & Mansor, 2018)).	Karakteristik Wirausaha dioperasionalkan sebagai penilaian/persepsi pemilik UMKM Kuliner pada unit analisis individu selama 1 tahun terakhir terkait ciri-ciri atau sifat yang dimiliki seorang wirausahawan untuk menjalankan usahanya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Need for Achiement</i> (berorientasi pada pencapaian)</li> <li>2. <i>Self-confidence</i> (kepercayaan diri)</li> <li>3. Keinisiatifan (proaktif)</li> <li>4. <i>Independency (Autonomi)</i> dan <i>Responsibility</i> (kemandirian dan tanggung jawab)</li> <li>5. <i>Risk Taking Propensity</i> (keberanian menerima resiko)</li> <li>6. <i>Experience</i> (pengalaman)</li> </ol> <p>(Md Aminul Islam dan Khan (2011), Christian Seralos (2006), Murad Husni Abdulwahab dan Rula Ali Al-Damen (2015)).</p>	Ordinal

<p>Lokasi Usaha (X2) Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya (Fandi Tjiptono, 2009)</p>	<p>Lokasi usaha dioperasionalkan sebagai penilaian/persepsi pemilik UMKM Kuliner pada unit analisis organisasi selama 1 tahun terakhir terkait tempat beroperasinya perusahaan untuk melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Lokasi usaha juga merupakan sumber penghasilan yang paling besar dikarenakan penyesuaian aspek lingkungan sekitar.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Akses</li> <li>2. Visibilitas</li> <li>3. Lalu lintas</li> <li>4. Tempat parkir</li> <li>5. Ekspansi</li> <li>6. Lingkungan</li> <li>7. Persaingan</li> <li>8. Peraturan pemerintah</li> </ol> <p>(Fandi Tjiptono, 2009)</p>	<p>Ordinal</p>
<p>Keberhasilan Usaha (Y) Keberhasilan suatu bisnis adalah tercapainya tujuan yaitu mendapatkan laba. Noor (2013:401)</p>	<p>Keberhasilan Usaha dioperasionalkan sebagai penilaian/persepsi pemilik UMKM Kuliner pada unit analisis individu selama 1 tahun terakhir terkait persentase pencapaian usaha dari perencanaan usaha sebelumnya.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mendapatkan profit</li> <li>2. Memiliki Produktivitas/Efisiensi</li> <li>3. Berdaya saing</li> <li>4. Memiliki kompetensi dan etika bisnis usaha</li> <li>5. Etika bisnis usaha terbangunnya kepercayaan dari masyarakat luas</li> </ol> <p>Noor (2013:401)</p>	<p>Ordinal</p>

*Sumber: diolah oleh penulis/peneliti (2022)*

### 3.7 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal. Skala ordinal digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Dengan adanya skala netral mengakibatkan responden memilih alternative netral karena dianggap sebagai pilihan yang aman dalam memilih jawaban. Untuk mendapatkan sikap responden

yang akurat maka peneliti menggunakan skala genap/ skala enam ordinal agar pilihan lebih luas. 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 alternative jawaban kepada responden dengan menggunakan skala 1 sampai dengan 6. Setiap jawaban responden akan diukur dengan ketentuan sebagaimana disajikan dalam table berikut:

**Tabel 3. 2**  
**Skala Likert Untuk Pengukuran Ordinal**

PILIHAN JAWABAN	SCORE
<b>KARAKTERISTIK WIRAUSAHA</b>	
Sangat Setuju	6
Setuju	5
Cendrung Setuju	4
Cendrung Tidak Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1
<b>LOKASI USAHA</b>	
Sangat Mudah	6
Mudah	5
Cendrung Mudah	4
Cendrung Sulit	3
Sulit	2
Sangat Sulit	1
<b>KEBERHASILAN USAHA</b>	
≥ 100%	6
80%-99%	5
60%-79%	4
40%-59%	3



20%-39%	2
< 20%	1

Sumber: Diolah oleh penulis (2022)

### 3.8 Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan variabel-variabel penelitian, yaitu lokasi, karakteristik wirausaha dan keberhasilan usaha. Analisis deskriptif dilakukan untuk menyusun table frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (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.

### 3.9 Uji Instrumen Penelitian

#### 3.9.1 Uji Validitas

Ghozali (2016:52) Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan kepuasan perasaan wirausaha tersebut. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut.

- a) Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan taraf signifikan 0.05 maka variabel tersebut valid.
- b) Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dengan taraf signifikan 0.05 maka variabel tersebut tidak valid.

#### 3.9.2 Uji Reliabilitas

Ghozali (2016:47) Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Reliabilitas artinya tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (*reliable*). Alat ukur dinyatakan reliabilitas jika memberikan pengukuran yang sama, meski dilakukan berulang kali dengan asumsi tidak adanya perubahan pada apa yang diukur.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan melihat hasil perhitungan nilai *Cronbach* alpha ( $\alpha$ ) > 0,6 yaitu bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda dengan menghasilkan kesimpulan yang sama. Tetapi sebaliknya bila  $\alpha < 0,6$  maka dianggap kurang handal, artinya bila variabel-variabel tersebut dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang berbeda.

### **3.10 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.10.1 Normalitas**

Ghozali (2016:154) Pengujian normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik mempunyai distribusi yang normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan cara:

- a) Melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dan distribusi normal. Data sesungguhnya diplotkan sedangkan distribusi normal akan membentuk garis diagonal. Apabila data distribusi normal maka plot data akan mengikuti garis diagonal.
- b) Melihat Histogram yang membandingkan data sesungguhnya dengan distribusi normal. Kriteria uji normalitas:
  1. Apabila *p-value* ( $P_v$ ) <  $\alpha$  (0,05) artinya data tidak berdistribusi normal
  2. Apabila *p-value* ( $P_v$ ) >  $\alpha$  (0,05) artinya data berdistribusi normal.

#### **3.10.2 Uji Heterokedastisitas**

Ghozali (2016:134) uji ini bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dengan cara melihat grafik scatterplot dan prediksi variabel dependen dengan residunya.

#### **3.10.3 Uji Multikolinieritas**

Ghozali (2016:103) multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model

regresi yang baik seharusnya tidak ada terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinieritas dapat dilihat dari besarnya nilai Tolerance dan *VIF* (*Varians Inflation Factors*).

1. Tidak terjadi multikolinieritas, jika nilai Tolerance > 0,1
2. Terjadi multikolinieritas, jika nilai Tolerance  $\leq$  0,1
3. Tidak terjadi multikolinieritas, jika nilai VIF < 10,00
4. Terjadi multikolinieritas, jika nilai VIF  $\geq$  10,00

### **3.11 Metode Analisis Data**

#### **3.11.1 Metode Analisis Regresi Linear Berganda**

Metode analisis linear berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (karakteristik wirausaha dan lokasi usaha) terhadap variabel terikat (keberhasilan usaha). Didalam menganalisis data ini, penulis menggunakan bantuan aplikasi *Software SPSS for Windows*.

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

Keterangan:

Y = Keberhasilan Usaha

X<sub>1</sub> = Karakteristik Wirausaha

X<sub>2</sub> = Lokasi Usaha

a = Konstanta

e = Tingkat Kesalahan (*error*)

b<sub>1</sub> = Koefisien Regresi Karakteristik Wirausaha

b<sub>2</sub> = Koefisien Regresi Lokasi Usaha

#### **3.11.2 Uji Parsial (uji-t)**

Uji-t digunakan dalam menentukan atau mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Pengujian ini juga dilakukan untuk melihat apakah hipotesis yang akan diajukan diterima atau ditolak dengan menggunakan statistic. Kriteria pengambilan keputusan adalah:

1. Variabel Karakteristik Wirausaha (X<sub>1</sub>)
  - a) Jika tingkat signifikansi  $t < 0,05$  maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>1</sub> ditolak.  
Artinya karakteristik wirausaha tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha.

b) Jika tingkat signifikansi  $t > 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.  
Artinya karakteristik wirausaha berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha.

## 2. Variabel Lokasi Usaha ( $X_2$ )

a) Jika tingkat signifikansi  $t < 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.  
Artinya lokasi usaha tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha.

b) Jika tingkat signifikansi  $t > 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.  
Artinya lokasi usaha berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha.

### 3.11.3 Uji Simultan (Uji-F)

Uji simultan digunakan untuk melihat apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui signifikan atau tidak pengaruh secara bersama-sama variabel bebas (dependen) terhadap variabel terikat (independen) maka digunakan *probability* sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ).

Kriteria pengambilan keputusan yaitu:

$H_0$  diterima jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

$H_1$  diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

### 3.11.4 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 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). hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.