



JURNAL SEKRETARIS & ADMINISTRASI BISNIS

Journal homepage: <http://jurnal.asmtb.ac.id/index.php/jsab>



Successful Businesses in Sukabirus Food Court: Entrepreneurship Motivation and Entrepreneurial Marketing

Keberhasilan Usaha pada Pujasera Sukabirus: Motivasi Berwirausaha dan Pemasaran Kewirausahaan

¹Feti Anggraeni, ²Imanuddin Hasbi

^{1,2}Prodi Administrasi Bisnis, Telkom University

¹fetianggraeni@student.telkomuniversity.ac.id, ²Imanuddinhasbi@telkomuniversity.ac.id

Article info

Article history:

Received 17th January 2019

Received in revised form 18th January 2019

Accepted 10th February 2019

Keywords:

business success,
entrepreneurial marketing,
entrepreneurship motivation,
food court.

Abstract

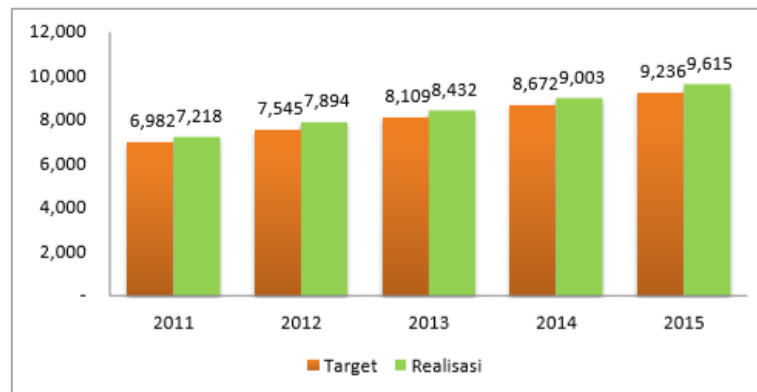
This research was conducted at the Sukabirus Food Court. Pujasera Sukabirus is a place to eat consisting of food counters offering a variety of varied menus. Sukabirus Food Court is an open and informal dining area. This business has been moving since the beginning of July 2018. Responding to this, this study aims to examine the effect of entrepreneurial motivation and entrepreneurial marketing on the success of businesses at food outlets in Sukabirus Food Court. The research uses quantitative research methods. This research uses sampling techniques on non-probability sampling, namely saturated sampling because members of the population amount to 30 people and the entire population is a sample. The sample in this study amounted to 30 respondents. Data collection in this study was conducted by distributing questionnaires distributed to all respondents namely, owners of food outlets in Sukabirus Food Court. Data analysis techniques used multiple regression analysis and descriptive analysis. The results showed that respondents' responses to entrepreneurial motivation in the good category with a score of 77.3%, respondents' responses to entrepreneurship marketing in the excellent category with a score of 70.31% and respondents' perception of business success in good categories with a score of 69.7%. The conclusion of this study is entrepreneurial motivation and entrepreneurial marketing have a positive and significant effect on business success with a score of 79.1%. These results can be interpreted that the increase in entrepreneurial motivation and entrepreneurial marketing in the Sukabirus Food Court business will have an effect on increasing business success.

@ 2019 ASMTB PRESS

Pendahuluan

Tumbuh dan berkembangnya perekonomian suatu negara sangat berkaitan dengan aktivitas kewirausahaan dan para wirausahanya karena kewirausahaan telah diakui sebagai solusi atas pertumbuhan ekonomi, pengangguran dan kemiskinan. Alifuddin & Razak (2015:3-4) mengatakan Indonesia merupakan salah satu negara yang menyadari pentingnya wirausaha dan aktivitas kewirausahaan dalam negeri guna mengurangi jumlah pengangguran.

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kabupaten Bandung mengalami pertumbuhan dari tahun 2010 sampai dengan 2015 mencapai 9.615 dari target yang ditetapkan 9.236 UMKM. Berikut pada gambar 1.1 ditampilkan pertumbuhan jumlah unit UMKM di Kabupaten Bandung pada tahun 2010 – 2015 :



Gambar 1

Pertumbuhan jumlah unit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kabupaten Bandung tahun 2010 – 2015

Sumber: Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Bandung

Salah satu wujud usaha kecil adalah gerai-gerai di Pujasera Sukabirus yang berada di daerah Universitas Telkom. Pujasera adalah sebuah tempat makan yang terdiri dari gerai-gerai (*counters*) makanan yang menawarkan aneka menu yang variatif. Pujasera merupakan area makan yang terbuka dan bersifat informal, dan biasanya berada di mal, pusat perbelanjaan, perkantoran, universitas atau sekolah modern.

Peneliti memilih Pujasera Sukabirus karena lokasinya yang sangat strategis untuk membuka usaha makanan, terdapat 30 pengusaha kuliner di Pujasera Sukabirus, hal ini menyebabkan adanya persaingan antara para pengusaha dan itu membuat para pengusaha kuliner selalu ingin memajukan usaha mereka untuk menarik konsumen.

Persaingan pada bisnis kuliner saat ini sangat ketat dilihat dari banyaknya perusahaan dan jumlah outlet yang bergerak pada bisnis kuliner. Dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk dapat mempertahankan keberhasilan usahanya. Keberhasilan usaha merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan, dimana segala aktivitas yang ada di dalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan.

Peneliti melakukan prasurvei kepada 10 responden yang merupakan pemilik gerai makanan di Pujasra Sukabirus. Hasil prasurvei dapat dilihat dalam Tabel 1.1.

Tabel 1
Hasil prasurvei

No.	Pertanyaan	Setuju	Tidak setuju	Presentase		Total
				Setuju	Tidak setuju	
1.	Omset selalu meningkat setiap bulannya	4	6	40%	60%	100%
2.	Volume penjualan meningkat setiap bulannya.	5	5	50%	50%	100%
3.	Jumlah pelanggan meningkat setiap bulannya.	5	5	50%	50%	100%
4.	Saya memiliki kompetensi dalam menjalankan usaha.	4	6	40%	60%	100%
5.	Saya mampu menciptakan citra produk yang baik.	8	2	80%	20%	100%

Sumber: Hasil olah data penulis, 2018

Melihat hasil prasurvei tersebut, gerai-gerai di Pujasera perlu memiliki kemampuan untuk meningkatkan laba, dan kompetensi yang baik untuk menghasilkan keberhasilan usaha yang lebih baik.

Motivasi berwirausaha merupakan salah satu pendorong tumbuh dan kembangnya jiwa kompetensi wirausaha seseorang. Kesuksesan seseorang sering kali disertai dengan motivasinya yang kuat dalam menjalankan setiap usaha yang dijalankannya. Salah satu motivasi yang paling di butuhkan pelaku usaha adalah keingannya untuk terus belajar dan menambah keterampilan. Seperti kita ketahui bersama, motivasi belajar menjadi modal awal bagi para pengusaha untuk mengembangkan bisninsnya.

Dalam mencapai keberhasilan usaha ada beberapa faktor yang mempengaruhinya, di antaranya adalah keberhasilan seorang wirausahawan dalam memasarkan produk atau jasanya, kemampuan ini disebut juga dengan pemasaran kewirausahaan (*Entrepreneurial marketing*). Beberapa penelitian mengenai UMKM secara keseluruhan menyimpulkan sebagian besar UMKM memiliki masalah terbesar dalam pemasarannya.

Penelitian terdahulu yang berjudul pengaruh motivasi berwirausaha dan pemasaran kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada pengusaha textile di jalan Perniagaan Medan (Nugraha, 2016). Jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif, pada penelitian ini sampel yang digunakan yaitu seluruh populasi sebanyak 41 responden. Teknik pengumpulan data melalui data primer dan data sekunder. Hasil yang didapat yaitu variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya. Motivasi berwirausaha dan pemasaran kewirausahaan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Berdasarkan wawancara prasurvei kepada 10 responden yang merupakan pemilik gerai makanan di Pujasra Sukabirus, dalam menjalankan usahanya mayoritas masih terlihat kurangnya motivasi berwirausaha dan pemasaran kewirausahaan dalam mencapai keberhasilan usaha. Hal ini dapat dilihat dari fenomena yang terjadi yaitu:

1. 60% pelaku usaha kurang mengikuti program-program kewirausahaan seperti pameran wirausaha dan seminar wirausaha fenomena ini masuk ke dalam variabel motivasi berwirausaha intrinsik yaitu pengembangan diri.

2. 60% pelaku usaha untuk kurang melakukan suatu hal yang baru dalam menjalankan usahanya fenomena ini masuk ke dalam variabel pemasaran kewirausahaan yaitu proaktif, inovatif dan penciptaan nilai.
3. 60% pelaku usaha belum menerapkan pemasaran kewirausahaan fenomena ini masuk ke dalam variabel pemasaran kewirausahaan yaitu inovatif.

Berdasarkan fenomena di atas, penulis melihat adanya peluang riset untuk meneliti kondisi internal para usaha gerai makanan di Pujasera Sukabirus di mana salah satunya adalah motivasi berwirausaha dan pemasaran kewirausahaan. Sehingga, penulis tertarik untuk menjadikan variabel ini sebagai variabel independen dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penulis membuat penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana variabel di atas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha melalui penyebaran kuisisioner terhadap para pelaku usaha. Hal-hal di atas menjadi latar belakang peneliti untuk melakukan penelitian.

Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis tentang motivasi berwirausaha pada gerai makanan di Pujasera Sukabirus.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis tentang pemasaran kewirausahaan pada gerai makanan di Pujasera Sukabirus.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis keberhasilan usaha pada gerai makanan di Pujasera Sukabirus.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi berwirausaha dan pemasaran kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha secara simultan pada gerai makanan di Pujasera Sukabirus.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi berwirausaha dan pemasaran kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha secara parsial pada gerai makanan di Pujasera Sukabirus.

Wirausaha

Wirausaha atau dikenal juga dengan istilah *entrepreneur* secara definisi merupakan orang atau sekumpulan orang yang mendirikan, menjalankan, mengembangkan, dan mengelola perusahaan miliknya sendiri, sehingga dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi orang lain (Dharmawati, 2016:14).

Menurut Daryanto dan Cahyono (2013:6) mengemukakan beberapa pengertian terkait dengan wirausaha, di antaranya:

1. Wirausaha adalah orang yang memberanikan dirinya untuk melayani orang lain (konsumen).
2. Wirausaha adalah orang-orang yang dapat memperbaiki keadaan pribadi, keluarga, masyarakat, dan bangsanya melalui kegiatan yang dilakukannya.
3. Wirausaha adalah orang-orang yang mampu mencari peluang bisnis dan mempersiapkan berbagai komponen yang dibutuhkan untuk mendapatkan keuntungan dari peluang yang tersedia. Jadi, berdasarkan beberapa pengertian mengenai wirausaha (*entrepreneur*) tersebut, penulis mengambil kesimpulan bahwa wirausaha adalah mereka yang memiliki keberanian untuk mengambil risiko dengan mendirikan dan mengelola suatu usaha berdasarkan peluang yang ada untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan keinginan konsumen guna meraih keuntungan dan kelangsungan hidup perusahaannya.

Motivasi

Menurut Soroso dalam Fahmi, (2013:107) motivasi adalah suatu set atau kumpulan perilaku yang memberikan landasan bagi seseorang untuk bertindak dalam suatu cara yang diarahkan kepada tujuan spesifik tertentu. Menurut Wahjosumidjo dalam Rusdiana (2014:70), motivasi merupakan proses psikologi yang mencerminkan interaksi sikap, kebutuhan, persepsi, dan keputusan yang terjadi pada diri seseorang. Proses psikologi timbul akibat faktor dari dalam diri seseorang berupa kepribadian, sikap, pengalaman dan pendidikan, sedangkan dari luar diri seseorang berbagai faktor lain yang sangat kompleks. Seperti halnya dengan berwirausaha, kunci sukses untuk berhasil menjadi wirausaha adalah adanya motivasi yang kuat untuk berwirausaha. Motivasi untuk menjadi seseorang yang berguna bagi diri sendiri, keluarga dan masyarakat melalui pencapaian prestasi kerja sebagai wirausaha.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah sebuah bentuk dorongan untuk menggerakkan mental pada seseorang secara sadar atau tidak sadar yang timbul dari dalam diri sendiri dan faktor lain yang sangat kompleks untuk melakukan suatu tindakan dalam mencapai tujuan yang diinginkan atau tercapainya suatu kebutuhan yang menghasilkan sebuah kepuasan.

Motivasi berwirausaha

Menurut Zimmerer dan Scarborough (2015) motivasi berwirausaha didefinisikan sebagai sesuatu yang melatarbelakangi atau mendorong seseorang melakukan aktivitas dan memberi energi yang mengarah pada pencapaian kebutuhan, memberi kepuasan ataupun mengurangi ketidakseimbangan dengan membuka suatu usaha atau bisnis.

Motivasi pada penelitian ini adalah motivasi yang terkait dengan wirausaha. Secara umum terdapat hubungan yang kuat antara motivasi dan kewirausahaan, karena sesuatu yang mendorong seseorang untuk melakukan wirausaha berasal dari motivasi yang tinggi. Seperti yang dikemukakan oleh Fahmi (2013:13) dengan motivasi yang tinggi seseorang dapat mengubah hidupnya yang awalnya tidak memiliki usaha menjadi memiliki usaha.

Pengertian motivasi berwirausaha berdasarkan penjelasan di atas, motivasi berwirausaha adalah dorongan yang kuat dari dalam diri seseorang untuk memulai mengaktualisasi potensi diri dengan melihat peluang yang ada disekitar, bertindak berani dalam mengambil resiko, melakukan kegiatan yang inovatif, dan memiliki orientasi terhadap laba. Wirausaha akan muncul ketika seseorang berani mengembangkan usaha-usaha dan ide-ide barunya. Membuat seseorang menjadi berani mengembangkan usaha dan idenya melalui motivasi berwirausaha yang kuat. Dua hal tersebut harus saling berhubungan agar tercipta wirausaha yang kuat dan tangguh serta berkualitas.

Bentuk-bentuk motivasi berwirausaha

Pada dasarnya setiap individu memiliki motivasi dalam membangun atau memacu agar semangat dalam bekerja yang membedakannya adalah apakah motivasi tersebut bersumber dari diri sendiri atau dari luar. Menurut Fahmi (2013:14), motivasi terbagi menjadi dua bentuk dasar, yaitu:

- a. **Motivasi Intrinsik**
Motivasi yang muncul dan tumbuh serta berkembang dalam diri orang tersebut, yang selanjutnya kemudian mempengaruhi dirinya dalam melakukan sesuatu secara bernilai dan berarti. Ada empat indikator motivasi intrinsik yaitu: kinerja, tanggung jawab, pengembangan diri, dan keinginan untuk mendapatkan keberhasilan usaha
- b. **Motivasi Ekstrinsik**
Muncul dari luar diri seseorang, kemudian selanjutnya mendorong orang tersebut untuk membangun dan menumbuhkan semangat motivasi pada diri orang tersebut untuk mengubah seluruh sikap yang dimiliki olehnya saat ini ke arah yang lebih baik. Ada tiga indikator motivasi ekstrinsik yaitu: penghargaan atas pencapaian, tantangan yang akan dihadapi, dan peluang dalam berwirausaha.

Pemasaran kewirausahaan

Istilah pemasaran kewirausahaan telah datang untuk menggambarkan kegiatan pemasaran usaha kecil dan baru, Kraus mengidentifikasi dua perspektif dalam defenisi pemasaran kewirausahaan, yang pertama, mendefinisikan pemasaran kewirausahaan sebagai pemasaran untuk usaha kecil atau baru dengan menekankan pada aspek kuantitatif perusahaan. yang kedua, mendefenisikan pemasaran kewirausahaan sebagai pemasaran dengan semangat kewirausahaan dengan menyorot aspek kualitatif pemasaran kewirausahaan (Kraus, 2010).

Pemasaran kewirausahaan dibedakan dari *conventional marketing* yang selama ini kita kenal Stokes, D (2000) dalam Slamet *et al.* (2014:69) mengklasifikasikan perbedaan utama antara pemasaran kewirausahaan dengan *conventional marketing* seperti disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 2
Prinsip pemasaran tradisional dan *pemasaran kewirausahaan*

Prinsip Pemasaran	Pemasaran Tradisional	<i>Pemasaran kewirausahaan</i>
Konsep	Berorientasi – konsumen; dorongan pasar, pengembangan produk.	Berorientasi inovasi; dorongan ide, taksiran intuitif tentang kebutuhan pasar
Strategi	Segmentasi <i>top-down</i> , <i>targetting</i> dan <i>positioning</i> .	Target <i>bottom-up</i> dari konsumen dan kelompok pengaruh lainnya.
Metode	Bauran pemasaran (4/7P's)	Metode pemasaran interaktif, pemasaran berita dari mulut ke mulut
Inteleijen pemasaran	Penelitian formal dan sistem inteligensi	Jaringan informasi dan pengumpulan informasi

Sumber: Stokes, D (2000) dalam Slamet *et al.* (2014:69)

Tabel 2.1 menjelaskan bahwa konsep pemasaran kewirausahaan difokuskan pada inovasi dan pengembangan ide yang sesuai dengan pemahaman kebutuhan pasar, sedangkan pemasaran tradisional berasumsi bahwa sebuah taksiran kebutuhan konsumen mengawali pengembangan produk atau jasa.

Entrepreneur mentargetkan konsumen melalui pendekatan *bottom-up* ke pasar, tidak melalui proses *targetting*, segmentasi, *positioning top-down* dari pemasaran tradisional. Pemasaran kewirausahaan lebih menggunakan metode pemasaran interaktif, yang bekerja erat dengan konsumen dan menggunakan komunikasi berita dari mulut ke mulut untuk menemukan konsumen baru.

Melalui pemasaran interaktif, mereka mencoba untuk membuat langsung kontak dengan pelanggan. Interaksi ini terjadi ketika pengusaha melakukan *personal selling* dan hubungan pemasaran pada kegiatan penjualan. Dalam hal “inteligensi pasar” terkait dengan pemasaran pemantauan lingkungan, pengusaha kecil memilih metode informal seperti observasi atau pengumpulan informasi pribadi mereka melalui jaringan kontak, dari pada riset pasar formal.

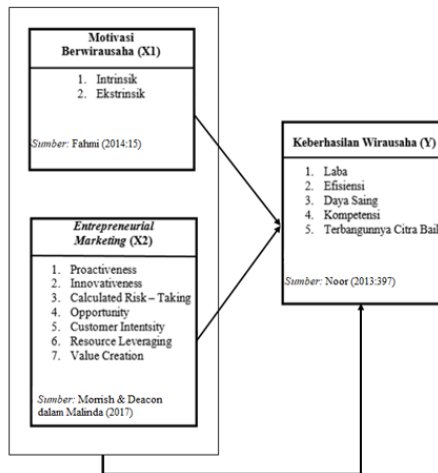
Keberhasilan usaha

Menurut Daryanto dan Cahyono (2013:13) keberhasilan usaha adalah karena jujur dan kerja keras serta ulet, karena disiplin dan berani menanggung risiko, serta mampu melaksanakan manajemen dengan baik.

Menurut Ranto (2007:20) dalam (Daulay dan Ramadini, 2013:3) 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. Berusaha lebih dilihat dari bagaimana seseorang bisa membentuk, mendirikan, serta menjalankan usaha dari sesuatu yang tadinya tidak berbentuk, tidak berjalan atau mungkin tidak ada sama sekali.

Kerangka pemikiran

Kerangka penelitian dapat digambarkan seperti berikut:



Gambar 2

Kerangka pemikiran

Sumber: Hasil olah peneliti, 2018

Metodologi penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dan kausal. Lokasi penelitian yaitu Gerai Makanan di Pujasera Sukabirus. Populasi reponden adalah seluruh pemilik usaha gerai makanan di Pujasera Sukabirus. Teknik sampel yang digunakan yaitu sampel jenuh. Pada penelitian ini sampel yang digunakan yaitu seluruh populasi yaitu seluruh pemilik gerai makanan di Pujasera Sukabirus berjumlah 30. Teknik pengumpulan data melalui data primer dan data sekunder. Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif, *Method of successive interval* (MSI), Uji asumsi klasik dan Regresi Linier Berganda. Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan terhitung bulan September, Oktober, November, hingga Desember 2018. Variabel operasional yang digunakan yaitu variabel independent Motivasi Berwirausaha dan pemasaran kewirausahaan dan variabel dependent keberhasilan usaha.

Hasil dan diskusi

Uji validitas dan reliabilitas

Berdasarkan perhitungan SPSS, diperoleh r hitung untuk 36 item pernyataan pada variabel motivasi berwirausaha (X_1), Pemasaran Kewirausahaan (X_2) dan Keberhasilan Usaha (Y). nilainya melebihi batas kritis yang ditentukan yaitu 0,361 maka penelitian ini valid. Diperoleh koefisien *Cronbach's Alpha* nilainya melebihi batas kritis yang ditentukan yaitu 0,7 maka penelitian ini dapat diterima dan reliabel.

Analisis deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran persepsi 30 responden mengenai variabel penelitian yaitu motivasi berwirausaha, pemasaran kewirausahaan dan keberhasilan usaha pada gerai makanan di Pujasera Sukabirus didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 3
Total responden motivasi berwirausaha, pemasaran kewirausahaan dan keberhasilan usaha

Variabel	Skor Total	%Skor	Kategori
Motivasi berwirausaha	1160	77,3%	Baik

Pemasaran kewirausahaan	1793	70,31%	Baik
Keberhasilan usaha	941	69,7%	Baik

Uji asumsi klasik

Pada penelitian ini uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas dengan bantuan *software SPSS* versi 22. Uji normalitas terdapat nilai sig berada diatas 0,05 dapat dikatakan bahwa model regresi berdistribusi normal. Uji multikolinieritas nilai *tolerance* diatas 0,1 dan VIF kurang dari 10 dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas dilihat dari *scatterplot* menunjukkan titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola dengan jelas, dapat dikatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Analisis regresi berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variable bebas yaitu motivasi berwirausaha dan pemasaran kewirausahaan terhadap variable terikat yaitu keberhasilan usaha berikut terdapat tabel koefisien hasil analisa regresi menggunakan SPSS 22, yaitu:

Tabel 4
Tabel koefisien

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.296	.253		1.169	.253
	x1	.385	.162	.354	2.376	.025
	x2	.513	.132	.578	3.879	.001

a. Dependent Variable: y

Sumber: Hasil pengolahan SPSS 22

Berdasarkan perhitungan analisa regresi dengan menggunakan SPSS 22 pada table 4.1, diperoleh persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b1X1 + b2X2$$

$$Y = 0,296 + 0,385X1 + 0.513X2$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta = 0,296. Ini menunjukkan nilai konstan, yaitu jika variabel motivasi berwirausaha (X1) dan pemasaran kewirausahaan (X2) = 0, maka keberhasilan usaha pada gerai makanan di Pujasera Sukabirus tetap sebesar 0,296.
2. Koefisien X1 (b1) = 0,385. Ini menunjukkan bahwa variabel pemasaran kewirausahaan berpengaruh secara positif terhadap keberhasilan usaha pada gerai makanan di pujasera sukabirus, atau dengan kata lain, jika variabel motivasi berwirausaha ditingkatkan sebesar satu satuan, maka keberhasilan usaha akan bertambah sebesar 0.385
3. Koefisien X2 (b2) = 0,513 Ini menunjukkan bahwa variabel pemasaran kewirausahaan berpengaruh secara positif terhadap keberhasilan usaha pada gerai makanan di pujasera sukabirus, atau dengan kata lain, jika variabel pemasaran kewirausahaan ditingkatkan sebesar satu satuan, maka keberhasilan usaha akan bertambah sebesar 0,513.

Uji hipotesis

Uji Simultan (Uji-F)

Tabel 5

Uji – F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10,396	2	5,198	51,176	,000 ^b
	Residual	2,742	27	,102		
	Total	13,138	29			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

Sumber: hasil pengolahan data SPSS, 2018

Pada Tabel 4.2 dapat dilihat Fhitung adalah 51,176 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena itu, pada kedua perhitungan yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($51,176 > 3,35$) dan tingkat signifikansinya $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya variabel bebas yang terdiri dari motivasi berwirausaha dan pemasaran kewirausahaan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat yaitu keberhasilan usaha.

Uji hipotesis (Uji-T)

Tabel 6

Uji – T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.296	.253		1.169	.253
	x1	.385	.162	.354	2.376	.025
	x2	.513	.132	.578	3.879	.001

a. Dependent Variable: y

Sumber: hasil pengolahan data SPSS, 2018

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat dilihat bahwa:

1. Variabel motivasi berwirausaha (X1) memiliki nilai t hitung (2,376) > t tabel (1,703) dan tingkat signifikansi $0,025 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari variabel motivasi berwirausaha (X1) terhadap keberhasilan usaha (Y).
2. Variabel pemasaran kewirausahaan (X2) memiliki nilai t hitung (3,879) > t tabel (1,703) dan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari variabel pemasaran kewirausahaan (X2) terhadap keberhasilan usaha (Y).

Analisis pengaruh parsial digunakan untuk mengetahui seberapa erat pengaruh masing-masing variabel bebas dengan variabel tidak bebas. Analisis korelasi parsial berdasarkan hasil pengolahan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 7
Besarnya pengaruh secara parsial

Model	Standardized Coefficients	Correlation	Besarnya pengaruh secara parsial	Besarnya pengaruh secara parsial (%)
	Beta	Zero - Order		
Motivasi berwirausaha	0,354	0,822	0,291	29,1%
Pemasaran kewirausahaan	0,578	0,865	0,499	49,9%
Pengaruh total			0,79	79%

Sumber: data olah penulis, 2018

Koefisien determinasi

Tabel 8
Koefisien determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,890 ^a	,791	,776	,319

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Sumber: hasil pengolahan data SPSS

Table 5 menunjukkan bahwa besarnya pengaruh motivasi berwirausaha dan pemasaran kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada usaha gerai makanan di pujasera Sukabirus ditunjukkan oleh koefisien determinasi nilai R Square dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 KD &= r^2 \times 100\% \\
 &= (0,890)^2 \times 100\% \\
 &= 79,1\%
 \end{aligned}$$

Angka tersebut menunjukkan koefisien determinasi (KD) sebesar 79,1%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (motivasi berwirausaha dan pemasaran kewirausahaan) terhadap variabel dependen yaitu keberhasilan usaha adalah sebesar 79,1% sedangkan sisanya 20,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil dan diskusi

Berdasarkan hasil penelitian dari analisis deskriptif tanggapan responden tentang motivasi berwirausaha pada gerai makanan pujasera Sukabirus, secara keseluruhan mendapatkan nilai presentase sebesar 77,3% masuk dalam kategori baik, artinya pemilik usaha pada gerai makanan di Pujasera Sukabirus sudah menerapkan motivasi berwirausaha dalam menjalankan usahanya. Dari 10 pertanyaan variabel motivasi berwirausaha yang mendapatkan nilai tertinggi adalah pernyataan mampu menghadapi tantangan yang timbul dalam berwirausaha dengan skor sebesar 88,7% yang masuk kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya tantangan dalam berwirausaha membuat pemilik usaha pada gerai makanan di Pujasera Sukabirus lebih termotivasi dalam berwirausaha. Sejalan dengan hasil wawancara penulis dengan salah satu pemilik yang menunjukkan bahwa pemilik gerai di Pujasera Sukabirus sudah memiliki pengalaman dan mental dalam berwirausaha sehingga pemilik dapat menghadapi tantangan yang timbul dalam berwirausaha. Sedangkan pernyataan yang mendapat nilai terendah adalah pernyataan menerapkan ilmu yang didapat dalam berwirausaha dengan skor 66,7% yang masuk dalam ketegori cukup baik. Hal ini menunjukkan hanya sebagian besar responden yang menerapkan ilmu dalam berwirausaha. Sejalan dengan hasil wawancara penulis dengan salah satu pemilik gerai makanan di Pujasera Sukabirus yang menunjukkan bahwa pemilik gerai kurang mengikuti pelatihan wirausaha.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pemasaran kewirausahaan pada usaha gerai makanan di Pujasera Sukabirus secara keseluruhan termasuk pada kategori baik. Hal ini ditunjukkan dengan nilai keseluruhan dari pemasaran kewirausahaan yang mendapat skor sebesar 70,31%. Artinya responden sudah menerapkan pemasaran kewirausahaan dalam usahanya. Dari 17 pertanyaan variabel pemasaran kewirausahaan yang mendapatkan nilai tertinggi adalah pernyataan mempunyai cara tersendiri untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan skor sebesar 76% yang masuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa adanya cara tersendiri dalam meningkatkan kualitas pelayanan memicu keberhasilan usaha. Sedangkan pernyataan yang mendapatkan nilai terendah adalah pernyataan mengenai mampu membuat ide-ide kreatif dalam hal memasarkan usaha dalam kategori cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua pemilik usaha pada gerai makanan di Pujasera mampu membuat ide-ide kreatif dalam hal memasarkan usaha. Seperti hasil dari wawancara penulis dengan salah satu responden bahkan ada yang menyatakan bahwa mereka sama sekali tidak melakukan kegiatan pemasaran.

Berdasarkan hasil deskriptif keberhasilan usaha pada gerai makanan di Pujasera Sukabirus secara keseluruhan termasuk pada kategori baik. Hal ini ditunjukkan dengan nilai keseluruhan dari keberhasilan usaha yang mendapat skor sebesar 69,7%. Artinya motivasi berwirausaha dan pemasaran kewirausahaan menghasilkan keberhasilan usaha. Dari 9 pernyataan variabel keberhasilan usaha yang mendapat nilai tertinggi adalah pernyataan mampu memberikan kesan atau citra yang baik kepada pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan usaha yang didapatkan oleh pemilik gerai makanan di Pujasera Sukabirus karena mereka memiliki kesan atau citra yang baik. Sedangkan pernyataan yang mendapatkan tanggapan responden paling rendah adalah pernyataan mengalami peningkatan volume penjualan setiap bulannya dengan skor sebesar 64,7% yang masuk dalam kategori cukup baik. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan salah satu responden menyatakan bahwa setiap bulannya belum mengalami peningkatan volume penjualan. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh motivasi berwirausaha dan pemasaran kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada gerai makanan di Pujasera Sukabirus walaupun ada beberapa poin pernyataan yang masuk kategori cukup baik, sehingga perlu adanya tinjauan dari pemilik usaha di Pujasera Sukabirus seperti meningkatkan kompetensi dalam menjalankan usaha dan membuat ide-ide kreatif dalam membuat dan memasarkan produk sehingga akan meningkatkan volume penjualan yang berdampak pada keberhasilan usaha itu sendiri dan untuk pernyataan lainnya pemilik usaha pada gerai makanan di Pujasera Sukabirus harus mempertahankan.

Motivasi berwirausaha dan pemasaran kewirausahaan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada gerai makanan di Pujasera Sukabirus. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F, yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($51,176 > 3,35$) dan tingkat signifikansinya $0,000 < 0,05$.

Hasil penelitian ini relevan seperti penelitian terdahulu (Nugraha, 2015) bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($718,402 > 3,24$) dan tingkat signifikan ($0,000 < 0,05$). Sedangkan besarnya pengaruh motivasi berwirausaha dan pemasaran kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha dapat dilihat dari hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2), yaitu sebesar 79,1% sedangkan hasilnya 20,9% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu (Nugraha, 2015) besarnya pengaruh motivasi berwirausaha dan pemasaran kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha dilihat dari hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2), yaitu sebesar 97,4% dan sisanya 2,7% dipengaruhi faktor lain.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya mengenai pengaruh motivasi berwirausaha dan pemasaran kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada gerai makanan di Pujasera Sukabirus, dapat diambil beberapa kesimpulan yang diharapkan dapat memberikan jawaban terhadap permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pertama, berdasarkan hasil analisis deskriptif, motivasi berwirausaha secara keseluruhan berada dalam kategori baik. Berdasarkan penelitian yang dilakukan diketahui bahwa pemilik usaha mampu menghadapi tantangan yang timbul dalam berwirausaha, mampu memanfaatkan dengan baik peluang dalam berwirausaha dan mempunyai tanggung jawab dalam berwirausaha. Namun, dari keseluruhan item pernyataan motivasi berwirausaha yang mendapat tanggapan responden paling rendah dan masuk kategori cukup baik dengan skor sebesar 66,7%, yaitu pada pernyataan menerapkan ilmu yang didapat dalam berwirausaha dan yang mendapat tanggapan responden paling tinggi dan masuk dalam kategori sangat baik dengan skor sebesar 88,7%, yaitu pada pernyataan mampu menghadapi tantangan yang timbul dalam berwirausaha.

Kedua, berdasarkan hasil analisis deskriptif, pemasaran kewirausahaan secara keseluruhan berada dalam kategori baik. Berdasarkan penelitian yang dilakukan diketahui bahwa pemilik usaha mempunyai cara tersendiri untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Namun, dari keseluruhan item pernyataan pemasaran kewirausahaan yang mendapat tanggapan responden paling rendah dan masuk kategori cukup baik, yaitu pada pernyataan mampu membuat ide-ide kreatif dalam hal memasarkan usaha dengan skor sebesar 66% dan yang mendapatkan tanggapan responden paling tinggi dan masuk dalam kategori baik dengan skor sebesar 76%, yaitu pada pernyataan mempunyai cara tersendiri untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Ketiga, keberhasilan usaha pada gerai makanan di Pujasera Sukabirus termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan penelitian yang dilakukan diketahui bahwa pemilik usaha mampu memberikan kesan atau citra yang baik kepada pelanggan. Pernyataan keberhasilan usaha yang mendapatkan tanggapan paling rendah dan masuk kategori cukup baik, yaitu pernyataan peningkatan volume penjualan setiap bulannya dengan skor sebesar 64,7%, dan yang mendapatkan tanggapan responden paling tinggi masuk dalam kategori sangat baik dengan skor sebesar 84%, yaitu pada pernyataan mampu memberikan kesan atau citra yang baik kepada pelanggan.

Keempat, berdasarkan hasil uji t, variabel motivasi berwirausaha dan pemasaran kewirausahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada gerai makanan di Pujasera Sukabirus. Besarnya pengaruh adalah 78,9% dan sisanya sebesar 21,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti faktor karakteristik kewirausahaan dan kecerdasan emosional.

Kelima, berdasarkan hasil uji t, variabel motivasi berwirausaha dan pemasaran kewirausahaan secara parsial memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha pada gerai makanan di Pujasera Sukabirus. Variabel yang memiliki pengaruh signifikan paling besar adalah pemasaran kewirausahaan, di posisi kedua, yaitu motivasi berwirausaha.

Implikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pertama, melihat dari hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel motivasi berwirausaha yang memiliki nilai terendah yaitu pernyataan menerapkan ilmu yang didapat dalam berwirausaha, sehingga peneliti menyarankan kepada pemilik usaha agar mengembangkan potensi diri dan meningkatkan skill dalam berwirausaha.

Kedua, berdasarkan hasil tanggapan responden, dari seluruh pernyataan tentang variabel pemasaran kewirausahaan yang mendapatkan persentase terendah mampu membuat ide-ide kreatif dalam hal memasarkan usaha. Disarankan agar perusahaan dapat memanfaatkan kegiatan pemasaran dengan cara membuat langsung kontak dengan pelanggan. Interaksi yang dilakukan ketika pengusaha dan hubungan pemasaran pada kegiatan penjualan. Metode pemasaran interaktif, melakukan pemasaran berita dari mulut ke mulut.

Ketiga, pemilik usaha pada gerai makanan di Pujasera Sukabirus lebih meningkatkan keberhasilan usaha yang sudah dalam kategori baik sehingga kedepannya bisa masuk dalam kategori sangat baik. Untuk pernyataan yang mendapatkan persentase terendah masuk dalam kategori cukup baik, yaitu peningkatan volume penjualan setiap bulannya disarankan agar pemilik gerai makanan di Pujasera Sukabirus lebih aktif mengikuti mengikuti program-program kewirausahaan seperti pameran wirausaha dan seminar wirausaha dan meningkatkan pemasaran kewirausahaan.

Keempat, pemilik usaha makanan di Pujasera Sukabirus memperhatikan faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang memiliki pengaruh cukup besar terhadap keberhasilan usaha,

misalnya faktor karakteristik kewirausahaan dan kecerdasan emosional sehingga dapat meningkatkan keberhasilan usaha.

Arah penelitian di masa depan

Untuk penelitian selanjutnya peneliti dapat melakukan penelitian pada perusahaan sejenis sehingga hasilnya dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan, melakukan penelitian dengan faktor atau variabel yang lain seperti karakteristik kewirausahaan dan kecerdasan emosional yang mungkin memiliki pengaruh yang lebih besar dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, meneliti lebih dalam mengenai indikator dari motivasi berwirausaha dan pemasaran kewirausahaan dengan menggunakan teori para ahli yang berbeda dan terbaru.

Referensi

- Alifuddin, M., & Razak, M. (2015). *Kewirausahaan: Strategi Membangun Kerajaan Bisnis*. Cetakan Ke-1. Jakarta Timur: Magna Script Publishing.
- Daryanto & Aris, D. C. (2013). Kewirausahaan (Penanaman Jiwa Kewirausahaan). Yogyakarta: Gava Media. ess Strategy and Management Experience. *Strategic Management Journal*, 16(7), 565-580.
- Daulay, Rina, W., Frida, R. (2013). *Efikasi Diri dan Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Fotocopy dan Alat Tulis Kantor diKecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal*.
- Dharmawati, D. M. (2016). *Kewirausahaan*. Cetakan ke-1. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Rusdiana & Irfan, M (2014). *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Pustaka Setia.
- Fahmi, I. (2013). *Manajemen Kepemimpinan Teori dan Aplikasi*, Alfabeta, Bandung.
- Franky, S., Tunjungsari, H. K., Mei Ie. (2016). *Dasar-Dasar Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Edisi ke-2: Jakarta: Indeks.
- Kraus, S. (2010). Entrepreneurial Marketing: Moving Beyond Marketing in New Ventures. *International Journal Entrepreneurship and Innovation Management*, 11(1), 19-34.
- Nugraha, R. T. (2016). *Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Pemasaran Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha pada Pengusaha Textile di Jalan Perniagaan Medan: Skripsi Sarjana Universitas Sumatera Utara*
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zimmerer, T.W. & Scarborough, N.M. (2014). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Salemba empat.