

**PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA
DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP
KEBERHASILAN UMKM DI KOTA MADIUN
SKRIPSI**



Oleh:

Riza Azzah Syafawati

NIM 401190168

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2023

ABSTRAK

Azzah Syafawati, Riza. Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan UMKM di Kota Madiun. Skripsi. 2023. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Dosen Pembimbing: Ajeng Wahyuni, M. Pd.

Kata Kunci: Karakteristik Wirausaha, Strategi Pemasaran, Keberhasilan Usaha

Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki peran yang sangat penting dalam membantu pertumbuhan ekonomi suatu negara maupun daerah. Kota Madiun merupakan salah satu kota yang memiliki banyak pelaku usaha. Dalam perkembangannya UMKM di Kota Madiun terdapat beberapa kendala seperti persaingan usaha yang meningkat. Sehingga dalam hal ini pelaku usaha harus memiliki karakter yang kuat dan benar-benar memikirkan strategi-strategi yang tepat agar usahanya dapat bertahan. Dari hasil wawancara dengan beberapa pelaku usaha sudah menginovasi produk dan memberikan diskon serta melakukan promosi-promosi yang menarik kepada konsumen tetapi penghasilannya tetap bahkan ada yang rugi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jumlah sampel 100 responden. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner untuk tujuan mengumpulkan informasi dari pelaku UMKM di Kota Madiun. Metode pengolahan data pada penelitian ini menggunakan program aplikasi IBM SPSS 25 dan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji t variabel karakteristik wirausaha berpengaruh signifikan terhadap variabel keberhasilan usaha. Nilai t_{hitung} 2,427 dan t_{tabel} 1,66 artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$. Variabel strategi pemasaran berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha dengan t_{hitung} 3,104 > t_{tabel} 1,66. Karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha dengan nilai F_{hitung} 6,957 > F_{tabel} 2,70. Sedangkan nilai R square 0,125 artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 12,5% sedangkan 87,5% dipengaruhi oleh variabel lain. Dari hasil tersebut diharapkan pelaku UMKM di Kota Madiun terus memperbaiki dan meningkatkan karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran agar usahanya tetap eksis dan dapat mencapai keberhasilan usaha yang dicita-citakan.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terakreditasi "B" sesuai SK BAN-PT Nomor: 2619/SK/BAN-PT/Ak-SURV/PT/XI/2016
Jl. Pramuka No. 156 Telp. (0352) 481277 Fax. (0352) 461893 Ponorogo
Website: www.iainponorogo.ac.id, email: feb@iainponorogo.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL SKRIPSI
1	Riza Azzah Syafawati	401190168	Ekonomi Syariah	Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan UMKM di Kota Madiun

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 2 Mei 2023

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I.

NIP 197801122006041002

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Ajeng Wahyuni, M. Pd.

NIP 199307072019032030



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
NASKAH SKRIPSI BERIKUT INI:

Judul : Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Strategi Pemasaran
Terhadap Keberhasilan UMKM di Kota Madiun
Nama : Riza Azzah Syafawati
NIM : 401190168
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah.

DEWAN PENGUJI:

Ketua Sidang
Ridho Rokamah, M.Si.
NIP. 197412111999032002

Penguji I
Faruq Ahmad Futaqi, M.E.
NIP. 198311262019031006

Penguji II
Ajeng Wahyuni, M. Pd.
NIP 199307072019032030

:
:
:
(*Ruf*)
(*F.F.*)
(*A.W.*)

Ponorogo, 20 Mei 2023

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo



[Signature]
Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Riza Azzah Syafawati
NIM : 401190168
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi/Tesis : Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan UMKM di Kota Madiun

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 26 Mei 2023
Penulis



Riza Azzah Syafawati



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Riza Azzah Syafawati

NIM : 401190168

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA DAN STRATEGI

PEMASARAN TERHADAP KEBERHASILAN UMKM DI KOTA MADIUN

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya.

Ponorogo, 2 Mei 2023

Pembuat Pernyataan,



Riza Azzah Syafawati

NIM 401190168

PONOROGO

DAFTAR ISI

COVER	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Pembahasan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Keberhasilan Usaha.....	9
1. Pengertian Keberhasilan Usaha.....	9
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha	10
3. Indikator Keberhasilan Usaha	11
B. Karakteristik Wirausaha	12
1. Pengertian Karakteristik Wirausaha	12
2. Indikator Karakteristik Wirausaha	12
3. Hubungan Karakteristik Wirausaha Dengan Keberhasilan Usaha.....	13
C. Strategi Pemasaran	14
1. Pengertian Strategi Pemasaran	14
2. Indikator Strategi Pemasaran	15
3. Hubungan Strategi Pemasaran Dengan Keberhasilan Usaha.....	16
D. Studi Penelitian Terdahulu	17
E. Kerangka Berpikir	28

F. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Rancangan Penelitian	32
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	33
C. Lokasi Penelitian	35
D. Populasi dan Sampel	35
E. Jenis dan Sumber Data	37
F. Metode Pengumpulan Data.....	37
G. Instrumen Penelitian.....	38
H. Validitas dan Reliabilitas	39
I. Teknik Pengolahan Data.....	41
BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA.....	45
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	45
B. Hasil Pengujian Instrumen.....	47
C. Hasil Pengujian Deskriptif.....	52
D. Hasil Pengujian Hipotesis.....	56
E. Pembahasan	69
BAB V PENUTUP	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	xv
RIWAYAT HIDUP.....	xxxiv



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 2.1	Studi Penelitian Terdahulu	17
Tavel 3.1	Definisi Operasional	33
Tabel 3.2	Instrumen Penelitian	37
Tabel 3.3	Kriteria Validitas	39
Tabel 4.1	Uji Validitas Isi Karakteristik Wirausaha	47
Tabel 4.2	Uji Validitas Isi Strategi Pemasaran	48
Tabel 4.3	Uji Validitas Isi Keberhasilan Usaha	48
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas X_1	49
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas X_2	50
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Y	51
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.8	Data Jenis Kelamin Responden	52
Tabel 4.9	Data Usia Responden	53
Tabel 4.10	Data Pendidikan Responden	53
Tabel 4.11	Data Lama Berwirausaha Responden	54
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4.14	Hasil Uji Heterokedastisitas	57
Tabel 4.15	Hasil Uji Autokorelasi	58
Tabel 4.16	Hasil Regresi Linier Sederhana Antara X_1 dengan Y	59
Tabel 4.17	Hasil Koefisien Determinasi Antara Variabel X_1 dengan Y	61
Tabel 4.18	Hasil Regresi Linier Sederhana Antara X_2 dengan Y	61
Tabel 4.19	Hasil Koefisien Determinasi Antara Variabel X_2 dengan Y	63
Tabel 4.20	Hasil Regresi Linier Berganda X_1, X_2 dengan Y	64
Tabel 4.21	Hasil Uji T	66
Tabel 4.22	Hasil Uji F	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Kerangka Berpikir	29



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam membantu pertumbuhan ekonomi suatu negara maupun daerah. UMKM adalah sekelompok usaha yang dikelola oleh orang atau lembaga tertentu yang telah ditetapkan kriterianya berdasarkan PP Nomor 7 Tahun 2021.¹ Keberhasilan UMKM dapat ditandai dalam lima hal yaitu penjualan meningkat, hasil produksi meningkat, laba atau profit bertambah, perkembangan dan pertumbuhan usaha cepat dan memuaskan.² Faktor – faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha yaitu motivasi wirausaha, jiwa wirausaha, inovasi, serta promosi.³

Kota Madiun merupakan salah satu kota yang mendukung akan keberadaan Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Madiun berjumlah sekitar 23 ribu pelaku usaha di 27 Kelurahan di 3 Kecamatan yakni Kartoharjo, Taman dan Manguharjo.⁴ Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Madiun mencatat, sektor UMKM makanan dan minuman olahan berkontribusi 14,3 persen terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas harga berlaku

¹ Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021

² Marsha Wibowo, “Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Kuliner Di Tanah Mas Semarang.” *Skripsi*, 2021, 2.

³ Putri Marietha Nicky Pramayoga, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Industri Kreatif Di Kota Malang),” *Jurnal Ilmiah*, 2019, 3.

⁴ Jatim Newsroom, “Inotec Award 2021: Aplikasi Pro UMKM Pemkot Madiun Tuai Manfaat,” 2021, <https://kominfo.jatimprov.go.id/read/umum/inotec-award-2021-aplikasi-pro-umkm-pemkot-madiun-tuai-manfaat>. (diakses pada tanggal 9 Agustus 2022, jam 21.10)

tahun 2021 yang mencapai Rp14,7 triliun.⁵ Hal ini menunjukkan bahwasannya UMKM berhasil membantu pertumbuhan ekonomi di Kota Madiun. Dalam perkembangannya UMKM di Kota Madiun terdapat beberapa kendala seperti persaingan usaha yang meningkat. Sehingga dalam hal ini pelaku usaha harus memiliki karakter yang kuat dan benar-benar memikirkan strategi-strategi yang tepat agar usahanya dapat bertahan.

Karakteristik wirausaha merupakan faktor internal keberhasilan usaha karena seorang wirausaha atau pelaku usaha harus selalu optimis, berpikir positif dan kreatif untuk menghadapi situasi apapun di masa depan.⁶ Sumber daya manusia merupakan faktor utama yang berperan dalam memecahkan masalah dan hambatan untuk mencapai keberhasilan usaha. Pengusaha dengan karakteristik wirausaha yang baik dapat menghadapi masalah dan hambatan yang terjadi. Pemahaman tentang karakteristik kewirausahaan diperlukan untuk menilai kompetensi teknis dan manajerial untuk memulai, mengembangkan dan mempertahankan bisnis.⁷

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha di Kota Madiun yang pertama dengan Hendika mengenai pengaruh karakteristik wirausaha seperti inovasi terhadap keberhasilan usaha, menyatakan

⁵ Louis Rika Stevani, "Sektor UMKM Sumbang 14,3 Persen PDRB Kota Madiun Tahun 2021," n.d., <https://jatim.antaranews.com/berita/634129/sektor-umkm-sumbang-143-persen-pdrb-kota-madiun-tahun-2021>. (diakses pada tanggal 17 Oktober 2022, jam 20.40).

⁶ Indarto and Djoko Santoso, "Karakteristik Wirausaha, Karakteristik Usaha Dan Lingkungan Usaha Penentu Kesuksesan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah," *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis* 13 (2020): 55.

⁷ Nur Istikomah, "Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Desa Jatinegara Kecamatan Jatinegara Kabupaten Tegal," *Skripsi Tegal: Politeknik Harapan Bangsa* (2021): 3.

bahwasannya ketika konsumen berkurang biasanya ia mencoba mengeluarkan variasi menu baru agar konsumen kembali tertarik.⁸ Menurut responden yang kedua yaitu Hengki menyatakan bahwa ia juga mengganti jenis dagangannya dengan mengikuti trend tetapi penjualannya tetap tidak bertambah kadang malah rugi.⁹

Dalam penelitian Indarto dan Djoko Santoso yang berjudul “Karakteristik Wirausaha, Karakteristik Usaha dan Lingkungan Usaha Penentu Kesuksesan Usaha Mikro Kecil dan Menengah” menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh terhadap kesuksesan usaha yang mana terdapat pada usia, jenis kelamin, dan karakteristik individual.¹⁰ Sedangkan dalam penelitian Ryan Frenaldi dengan judul “Pengaruh Karakteristik Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha Pada Wirausaha Usaha Mikro Tempe di Krobokan Semarang Barat” mengungkapkan bahwa karakteristik wirausaha tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.¹¹

Faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha selanjutnya adalah strategi pemasaran yang mana hal ini sangat perlu diperhatikan pelaku usaha dalam mencapai keberhasilan suatu usaha. Strategi pemasaran meliputi strategi tentang elemen atau variabel dalam bauran pemasaran yang merupakan interaksi dari empat variabel utama dalam sistem pemasaran, yaitu produk/jasa, harga, distribusi dan promosi. Tolak

⁸ Hendika, *Wawancara*, 2023.

⁹ Hengki, *Wawancara*, 2023.

¹⁰ Santoso, “Karakteristik Wirausaha, Karakteristik Usaha Dan Lingkungan Usaha Penentu Kesuksesan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah,” 67.

¹¹ Ryan Frenaldi, “Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Wirausaha Usaha Mikro Tempe Di Krobokan Semarang Barat,” *Skripsi*, 2018, 57.

ukur keberhasilan usaha dalam menerapkan strategi pemasarannya ialah terciptanya kepuasan pelanggan. Semakin banyak pelanggan membeli produk yang ditawarkan, semakin puas mereka. Artinya strategi yang diterapkan sudah efektif. Ukuran menjangkau pelanggan yang banyak merupakan ukuran bahwa strategi yang diterapkan sudah cukup baik.¹²

Berdasarkan wawancara penulis dengan responden mengenai pengaruh strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha, Hendika mengatakan bahwa ia sudah memasarkan produknya tidak hanya secara langsung tetapi juga sudah menggunakan media *online* seperti *whatsapp* dan *instagram* dengan semenarik mungkin tetapi pembelinya belum mencapai target.¹³ Responden kedua yaitu Ayu mengatakan jika ia sudah mengurangi harga produk dan memberikan bonus kepada konsumen yang membeli produk dalam jumlah banyak.¹⁴

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Mirnawati dengan judul “Pengaruh Lokasi Usaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner di Kota Jambi” menerangkan strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha kuliner.¹⁵ Sebaliknya pada penelitian Eka Merdekawati dan Novi Rosyanti yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan UMKM (Studi Kasus Pada UMKM di Kota Bogor)”

¹² Dahlia, “Analisis Strategi Pemasaran Dan Modal Kerja Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Kuliner Di Kecamatan Baturaja Timur,” *Jurnal Manajemen* 8, no. 2 (2020): 2.

¹³ Hendika, Wawancara, 4 Desember 2022

¹⁴ Ayu, Wawancara, 4 Desember 2022

¹⁵ Mirnawati Dewi, “Pengaruh Lokasi Usaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner Di Kota Jambi,” *Skripsi*, 2019, 63.

menunjukkan bahwa strategi pemasaran tidak berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM di Bogor.¹⁶

Berdasarkan permasalahan yang terjadi di lapangan dan adanya perbedaan hasil penelitian-penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran pada pelaku usaha di Kota Madiun. Maka peneliti memilih judul “Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Strategi Pemasaran terhadap Keberhasilan UMKM di Kota Madiun”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun?
2. Apakah terdapat pengaruh strategi pemasaran terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun?
3. Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh strategi pemasaran terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun.

¹⁶ Eka Meerdekawati and Novi Rosyanti, “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERHASILAN UMKM (STUDI KASUS PADA UMKM DI KOTA BOGOR),” *JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)* 5, no. 2 (2019): 173.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan antara karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun.

D. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Secara Teoritis
 - a. Hasil penelitian mampu menambah dan memperkaya ilmu pengetahuan tentang hasil pengaruh karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha.
 - b. Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai sumbangan data ilmiah dalam bidang pendidikan dan perekonomian serta ilmu lainnya, khususnya bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.
2. Secara Praktis
 - a. Bagi Peneliti

Peneliti berharap melalui penelitian ini dapat memperoleh data dan hasil yang konkrit sebagai tolak ukur dalam penelitian yang dijalankan untuk memenuhi tugas skripsi sebagai syarat kelulusan di Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo serta dapat menambah pengetahuan peneliti mengenai karakteristik wirausaha, strategi pemasaran, dan keberhasilan usaha.

b. Untuk Pelaku UMKM di Kota Madiun

Melalui penelitian ini, diharapkan para pelaku UMKM jadi lebih mengetahui dan memahami tentang pengaruh karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha yang dijelankannya.

c. Untuk Peneliti Lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau acuan dalam meneliti dengan tema yang serupa, serta dapat memberikan inspirasi serta motivasi bagi peneliti lain, khususnya warga Kampus IAIN Ponorogo untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

E. Sistematika Pembahasan

Dalam rangka pembahasan penelitian ini dapat tersusun secara sistematis dan penjabarannya dapat dipahami dengan baik, maka penulis membagi pembahasan menjadi lima bab dan pada tiap-tiap bab terdiri beberapa sub bab, yaitu:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab pertama menerangkan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan serta sistematika pembahasan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan tentang pengertian keberhasilan usaha beserta faktor-faktor yang mempengaruhi

keberhasilan usaha dan juga indikator dari keberhasilan usaha. Selain itu juga pengertian karakteristik wirausaha dan indikator ka rakteristik wirausaha, serta pengertian strategi pemasaran dan indikator dari strategi pemasaran, studi penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang berisi rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, lokasi penelitian, metode pengumpulan data, instrumen penelitian, validitas dan reliabilitas instrumen, serta teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV: PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini menjelaskan tentang gambaran umum obyek penelitian, deskripsi analisis data, hasil penelitian secara kuantitatif serta interpretasi hasil dari analisis regresi.

BAB V: PENUTUP

Pada bab terakhir berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk penelitian yang akan datang.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Keberhasilan Usaha

1. Pengertian Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha menurut Departemen Koperasi dan UKM merupakan suatu kondisi atau keadaan bertambah majunya suatu maksud dalam suatu kegiatan yang dilihat dari volume usaha, *nett asset* dan laba bersih.¹⁷ Keberhasilan usaha biasanya terkait dengan kemampuan pengusaha untuk menciptakan dan mendistribusikan kekayaan, tetapi juga pada diferensiasinya, yang biasanya terkait dengan inovasi.¹⁸ Menurut Daulay dan Ramadini keberhasilan usaha merupakan suatu keadaan yang menggambarkan keadaan lebih baik daripada sebelumnya.¹⁹ Menurut Suryana untuk menjadi wirausaha yang sukses harus memiliki ide atau visi bisnis (*business vision*) yang jelas, kemudian ada kemauan dan keberanian untuk menghadapi risiko baik waktu maupun uang.²⁰

¹⁷ Dyah Ayu Ardiyanti and Zulkarnen Mora, "Pengaruh Minat Usaha dan Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Wirausaha Muda di Kota Langsa," *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis* 10, no. 2, (Juli 2019): 171.

¹⁸ Sunan Purwa Aji, Hari Mulyadi, Bambang Widjajanta, "Keterampilan Wirausaha Untuk Keberhasilan Usaha," *Journal of Bussines Management Education* 3, no. 3, (Desember 2018): 112.

¹⁹ Marshela Utama, "Faktor - Faktor Keberhasilan Usaha Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Restoran Bellywise Semarang)," *Skripsi: Universitas Semarang*, 2021, 11.

²⁰ Suryana, *Kewirausahaan: Kiat Dan Proses Menuju Sukses* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 66.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha

Faktor keberhasilan UMKM terdiri dari enam faktor yaitu promosi, branding, minat berwirausaha, passion, jiwa *entrepreneur* dan jaringan bisnis.²¹

a. Promosi

Promosi merupakan alat komunikasi dan penyampaian pesan yang dilakukan oleh perusahaan maupun perantara dengan tujuan memberikan informasi mengenai produk, harga dan tempat.

b. Branding

Branding atau menciptakan merek merupakan bagian penting dalam kegiatan pemasaran. Branding adalah nama, istilah, simbol, tanda, desain atau kombinasi dari kesemuanya yang bertujuan untuk mengidentifikasi suatu barang atau jasa dan akhirnya dapat membedakan diri sendiri dengan yang lainnya.

c. Minat Berwirausaha

Minat berkaitan erat dengan motivasi. Motivasi adalah dorongan dasar yang menggerakkan seseorang bertingkah laku. Minat berwirausaha yang kuat akan menghasilkan inovasi produk yang orisinal dan berorientasi pada kebutuhan konsumen.

²¹ Asnawati, *Kewirausahaan Teori Dan Contoh-Contoh Rencana Bisnis* (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2021), 46–48.

d. Passion

Kewirausahaan dapat ditumbuhkembangkan melalui semangat, gairah ingin berwirausaha, kemampuan mengambil risiko, dan kemampuan membaca peluang.

e. Jiwa *Entrepreneur*

Karakteristik sifat yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha diantaranya tanggungjawab pribadi, dinamis dan mampu memimpin, mempunyai sikap optimis atas suatu peluang, mampu mengantisipasi risiko, ulet dan gigih, bertekad penuh, inovatif, energik dan cerdas.

f. Jaringan Bisnis

Jaringan dapat diartikan dalam bentuk organisasi digunakan untuk mengatur koordinasi serta mewujudkan kerjasama antar unsur dalam berorganisasi.

3. Indikator Keberhasilan Usaha

Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan usaha yaitu:

- a. Peningkatan omzet penjualan, ditandai dengan bertambahnya besaran penjualan yang diperoleh perusahaan pada suatu periode tertentu.
- b. Pertambahan jumlah karyawan, ditandai dengan bertambahnya jumlah karyawan yang bekerja pada perusahaan.

- c. Peningkatan volume produksi, ditandai dengan bertambahnya jumlah barang yang diproduksi.²²

B. Karakteristik Wirausaha

1. Pengertian Karakteristik Wirausaha

Karakter diartikan sebagai watak, sifat-sifat kejiwaan, akhlak atau budi pekerti yang membedakan seseorang daripada yang lain.²³ Menurut Drucker kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*create new and different*). Thomas W. Zimmerer mendefinisikan kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan upaya memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari.²⁴ Jadi, karakteristik wirausaha merupakan watak atau sifat yang terdapat pada seorang wirausaha dalam menciptakan sesuatu baru dan berbeda (*create new and different*) melalui berfikir kreatif dan bertindak inovatif.

2. Indikator Karakteristik Wirausaha

Menurut Suryana indikator yang digunakan untuk mengukur karakteristik wirausaha yaitu:²⁵

- a. Penuh percaya diri, indikatornya adalah penuh keyakinan, optimis, berkomitmen, disiplin, bertanggungjawab.

²² Lukmanul Hakim, Sucihatningsih Dian Wisiska Prajanti, "Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Kemampuan Manajerial, dan Tenaga Kerja Terhadap Keberhasilan Usaha IKM," *EAAJ Economic Education Analysis Journal* 8, no. 2 (2019): 705.

²³ "Kamus Besar Bahasa Indonesia," n.d.

²⁴ Suryana, *Kewirausahaan: Kiat Dan Proses Menuju Sukses*, 10–11.

²⁵ *Ibid.*, 22.

- b. Memiliki inisiatif, indikatornya adalah penuh energi, cekatan dalam bertindak, dan aktif.
- c. Memiliki motif berprestasi, indikatornya adalah berorientasi pada hasil dan wawasan ke depan.
- d. Memiliki jiwa kepemimpinan, indikatornya adalah berani tampil beda, dapat dipercaya, dan tangguh dalam bertindak.
- e. Berani mengambil risiko dengan penuh perhitungan dan menyukai tantangan.

3. Hubungan Karakteristik Wirausaha dengan Keberhasilan Usaha

Keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari diri masing-masing karakter yang dimiliki oleh wirausahawan itu sendiri. Wirausahawan yang memiliki karakteristik wirausaha mampu menciptakan sesuatu yang kreatif dan inovatif. Hal ini berarti dengan karakter yang kuat sebagai seorang wirausaha, maka diharapkan dapat meningkatkan keberhasilan usaha.

Menurut Meredith mengenai karakteristik wirausaha yang berhasil mempunyai ciri-ciri percaya diri, watak dari percaya diri adalah keyakinan, ketidaktergantungan, individualis dan optimis. Ciri-ciri yang kedua yaitu pengambil risiko, sangat menyukai tantangan dan mempunyai tingkat keberanian dalam mengambil suatu risiko yang wajar. Yang ketiga yaitu ciri kepemimpinan, mampu bersifat

sebagai pemimpin, bergaul dengan orang lain, menggapai saran-saran dan kritik.²⁶

C. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.²⁷ Steiner dan Miner mengemukakan strategi adalah penetapan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan meningkatkan kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan implementasi secara tepat sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.²⁸

Menurut American Marketing Association (AMA) pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan dengan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.²⁹ Menurut Fajar Laksana mendefinisikan pemasaran adalah segala kegiatan yang menawarkan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dan manajemen

²⁶ Aleandra Ega Pradana, "PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUUSAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA PETANI LELE DI KOTA MADIUN," *SIMBA SEMINAR INOVASI MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI I*, (Agustus 2019): 808

²⁷ "Kamus Besar Bahasa Indonesia."

²⁸ Nur Akmaliah, "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Konveksi Kaosta' ParePare," *Skripsi: IAIN PAREPARE*, 2020, 6.

²⁹ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2008), 5.

pemasaran yaitu pertukaran produk yang dilakukan melalui aktifitas dari bauran pemasaran. Seperti *Produk, Price, Promotion* dan *Place*.³⁰

Kotler mengatakan bahwa Pemasaran adalah proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.³¹ Sedangkan Stanton mempunyai pendapat, pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.³²

Sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah suatu rencana yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk menciptakan kepuasan konsumen, mulai dari pengembangan produk, menetapkan harga, mempromosikan produk dan sampai pada pendistribusian ke tangan konsumen.

2. Indikator Strategi Pemasaran

Indikator strategi pemasaran terdiri atas lima yang saling berkait, kelima indikator tersebut adalah:³³

³⁰ Makmur and Saprijal, "STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian)," *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* 3, no. 1 (January 2015): 43.

³¹ Lavenia V. Y. Reppi, Silchyljeova Moniharapon, and Sjendry Loindong, "Bauran Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Grabfood (Study Pada Pengguna Jasa Grabfood Di Kota Manado Pada Masa Pandemi Covid-19)," *Jurnal EMBA* 9, no. 3 (July 2021): 1483.

³² Ambar Lukitaningsih, "PERKEMBANGAN KONSEP PEMASARAN: IMPLEMENTASI DAN IMPLIKASINYA," *Jurnal MAKSIPRENEUR* 3, no. 1 (Desember 2013): 22–23.

³³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 3* (Yogyakarta: Andi, 2008).

- a. Pemilihan pasar, yaitu memilih pasar yang akan dilayani. Pemilihan pasar dimulai dengan melakukan segmentasi pasar dan kemudian memilih pasar sasaran yang paling memungkinkan untuk dilayani oleh perusahaan.
 - b. Perencanaan produk, meliputi produk spesifik yang dijual, pembentukan lini produk, dan desain penawaran individual pada masing-masing lini. Produk itu sendiri menawarkan manfaat total yang dapat diperoleh pelanggan dengan melakukan pembelian. Manfaat tersebut meliputi produk itu sendiri, nama merek produk, ketersediaan produk, jaminan atau garansi, jasa reparasi, dan bantuan teknis yang disediakan penjual, serta hubungan personal yang mungkin terbentuk di antara pembeli dan penjual.
 - c. Penetapan harga, yaitu menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan.
 - d. Sistem distribusi, yaitu saluran *wholesale* dan retail yang dilalui produk hingga mencapai konsumen akhir yang membeli dan menggunakannya.
 - e. Komunikasi pemasaran (promosi), yang meliputi periklanan, personal selling, dan public relation.
3. Hubungan Strategi Pemasaran dengan Keberhasilan Usaha

Usaha-usaha pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan

harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan baik kepada konsumen saat ini maupun konsumen potensial. Apabila strategi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku UMKM tepat dan baik maka keberhasilan usaha pun juga akan tercapai.³⁴

D. Studi Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelusuran terhadap peneliti sebelumnya ditemukan adanya berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini diantaranya:

Tabel 2.1
Studi Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Halwa Millati, Ali Sofwan, 2022. ³⁵	Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi, Modal Usaha, dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi	Menggunakan metode kuantitatif	Variabel penelitian yang berbeda yaitu informasi usaha dan lokasi yang berbeda yaitu antara	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Penggunaan informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap

³⁴ Halwa Millati and Ali Sofwan, "Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi, Modal Usaha, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Program Kelompok Usaha Bersama Di Kecamatan Jepara)," *JURNAL REKOGNISI AKUNTANSI* 6, no. 1 (2022): 66–67.

³⁵ Millati and Sofwan, "Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi, Modal Usaha, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Program Kelompok Usaha Bersama Di Kecamatan Jepara)."

		Kasus pada Program Kelompok Usaha Bersama di Kecamatan Jepara)		Kecamatan Jepara dan Kabupaten Madiun	keberhasilan usaha, sedangkan modal usaha dan strategi pemasaran tidak berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.
2.	M.A. Dewanti, 2022. ³⁶	Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Kabupaten Buleleng	a. Menggunakan variabel karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran b. Metode pengolahan menggunakan analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi linier berganda.	Lokasi penelitian pada penelitian terdahulu dilakukan di Kabupaten Buleleng, sedangkan pada penelitian ini dilakukan di Kota Madiun	Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap perkembangan UMKM di Kabupaten Buleleng

³⁶ M.A. Dewanti, "Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm Di Kabupaten Buleleng," *Bisma: Jurnal Manajemen* 8, no. 1 (April 2022).

3.	Elys Sastika Tambunan, 2020. ³⁷	Pengaruh Modal Usaha, Kemampuan Wirausaha dan Strategi Pemasaran terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Pasar Tiban Sunday Morning UGM	Terdapat kesamaan variabel yaitu variabel strategi pemasaran (X3) dan variabel keberhasilan usaha (Y)	Subjek penelitian tidak sama	Terdapat pengaruh positif dan signifikan strategi pemasaran terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di pasar tiban Sunday Morning UGM. Hal ini dibuktikan dengan hasil koefisien garis yang positif dari variabel strategi pemasaran sebesar 0.540 dengan nilai t sebesar 5.518 dan t tabel
----	--	--	---	------------------------------	---

³⁷ Elys Sastika Tambunan, "Pengaruh Modal Usaha, Kemampuan Wirausaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Pasar Tiban Sunday Morning UGM," *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi* 9, no. 3 (2020).

					sebesar 1.990 ($t_{hitung} > t_{tabel}$).
4.	Dewi Purwati, Edward Gagah P.T.S, dan Patricia Dhiana P, 2019.	Pengaruh Kemampuan Usaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran terhadap Keberhasilan Usaha dengan Perkembangan Usaha Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kawasan Desa Kedewan Kabupaten Bojonegoro)	Menggunakan Analisis Linier Berganda	Terdapat perbedaan pada variabel X dan variabel <i>intervening</i>	Strategi pemasaran berpengaruh positif serta signifikan terhadap keberhasilan usaha. Jika terjadi peningkatan strategi pemasaran maka maka meningkat pula keberhasilan usaha.
5.	Netty Herawaty dan Reni	Pengaruh Modal, Penggunaan	a. Variabel Karakteristik Kewirausaha	a. Lokasi penelitian	Hasil penelitian memperlihatkan

	Yustien, 2019. ³⁸	Informasi Akuntansi Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil (Survei Pada Usaha Rumahan Produksi Pempek di Kota Jambi)	an (X) dan Keberhasilan Usaha (Y) b. Metode kuantitatif	b. Pengujian validitas menggunakan metode <i>Product Moment Correlation</i>	an bahwa variabel modal tidak memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha kecil pada usaha rumahan produksi pempek di Kota Jambi. Variabel penggunaan informasi akuntansi dan karakteristik wirausaha memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha kecil pada usaha rumahan produksi pempek di
--	------------------------------	---	--	---	---

³⁸ Netty Herawaty and Reni Yustien, "PENGARUH MODAL, PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI DAN KARAKTERISTIK WIRAUSAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA KECIL (Survei Pada Usaha Rumahan Produksi Pempek di Kota Jambi)," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia* 3, no. 1 (Oktober 2019).

					Kota Jambi.
6.	Siti Almaidah dan Tutik Endarwati, 2019. ³⁹	Analisis Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal, Motivasi, Pengalaman, dan Kemampuan Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Ukm Penghasil Mete di Kabupaten Wonogiri	a. Terdapat variabel Karakteristik kewirausahaan dan keberhasilan usaha b. Jumlah populasi sudah diketahui	Lokasi penelitian	Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai t hitung 2,553 > t tabel 2,045 dengan nilai probabilitas sebesar 0,016 < 0,05, maka H1 dapat diterima, artinya karakteristik wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.
7.	Alendra Ega Pradana, 2019. ⁴⁰	Pengaruh Karakteristik Wirausaha	a. Metode kuantitatif b. Lokasi	Objek penelitian berbeda	Hasil penelitian menunjukkan

³⁹ Siti Almaidah and Tutik Endarwati, "Analisis Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal, Motivasi, Pengalaman, Dan Kemampuan Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UKM Penghasil Mete Di Kabupaten Wonogiri," *Seminar Nasional Edusainstek: FMIPA UNIMUS*, 2019.

⁴⁰ Alendra Ega Pradana, "PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA PETANI LELE DI KOTA MADIUN," *SIMBA SEMINAR INOVASI MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI I*, 2019.

		Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Petani Lele di Kota Madiun	penelitian di Kota Madiun	yaitu petani lele di Kota Madiun dan UMKM kuliner di Kabupaten Madiun	ada pengaruh positif signifikan secara parsial antara karakteristik kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha
8.	Lukmanul Hakim, Sucihatining Sih Dian Wisiska Prajanti, 2019. ⁴¹	Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Kemampuan Manajerial, dan Tenaga Kerja Terhadap Keberhasilan Usaha IKM	Variabel (X1) karakteristik wirausaha dan variabel (Y) Keberhasilan usaha	Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang akan saya tulis dan teliti terletak pada variabel dan objek penelitiannya yaitu variable kemampuan manajerial	Berdasarkan hasil penelitian dan hasil uji menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan karakteristik wirausaha, kemampuan manajerial dan tenaga kerja terhadap keberhasilan usaha di Desa

⁴¹ Lukmanul Hakim and Sucihatining Sih Dian Wisiska Prajanti, "Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Kemampuan Manajerial, Dan Tenaga Kerja Terhadap Keberhasilan Usaha IKM," *Economic Education Analysis Journal* 8, no. 2 (2019).

				dan variable tenaga kerja serta objek penelitian yaitu usaha IKM di desa Krapyak sedangkan penelitian yang akan saya tulis dan teliti pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Madiun	Krapyak. Dan secara simultan karakteristik wirausaha, kemampuan manajerial, dan tenaga kerja berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.
9.	Anik Sumardhi, Nur Laily, 2018. ⁴²	Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Etnis Cina Dan Jawa	Terdapat variabel Karakter Wirausaha dan Keberhasilan Usaha	Hal yang membedakan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan saya tulis dan teliti terletak pada objek	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap

⁴² Anik Sumardhi, "Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Etnis Cina Dan Jawa," *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 7, no. 12 (Desember 2018).

				penelitiannya yaitu yaitu usaha pedagang etnis China dan Jawa sedangkan penelitian yang akan saya tulis dan teliti pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Madiun	keberhasilan usaha.
10.	Hanny Mariani, 2018. ⁴³	Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah Bidang Kuliner di Wilayah Bogor Timur	a. Menggunakan Analisis Linier Berganda b. Terdapat variabel strategi pemasaran dan keberhasilan usaha	Lokasi yang berbeda yaitu antara Bogor dan Kabupaten Madiun	$T_{hitung} 12,156$ sebesar dan $T_{tabel} 1,66123$ karena $T_{hitung} \geq T_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa Strategi Pemasaran berpengaruh

⁴³ Hanny Mariani, "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah Bidang Kuliner Di Wilayah Bogor Timur," *Skripsi: Universitas Negeri Jakarta*, 2018.

					positif signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.
11.	Riska Oktavian dan Luthfi Hadi Aminuddin, 2022. ⁴⁴	Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Sepeda Eks Bike Dolopo	Terdapat variabel strategi pemasaran	Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kualitatif	Hasil penelitian ini yaitu, 1. Penerapan strategi pemasaran <i>segmentation</i> memiliki peran untuk meningkatkan penjualan pada Toko Eks Bike. Namun penerapan ini belum maksimal sehingga belum mampu meningkatkan penjualan. 2. Penerapan

⁴⁴ Riska Oktavian and Luthfi Hadi Aminuddin, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Sepeda Eks Bike Dolopo," *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 2, no. 2 (2022).

					strategi <i>targeting</i> belum maksimal sehingga belum mampu meningkatkan penjualan pada Toko Eks Bike Dolopo.
12.	Yuni Puspitaningrum, Aji Damanuri, 2022. ⁴⁵	Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun	Terdapat variabel keberhasilan bisnis	Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat empat komponen yang memenuhi kriteria dalam pemilihan lokasi usaha pada Grosir Berkah, yaitu lalu lintas, tempat

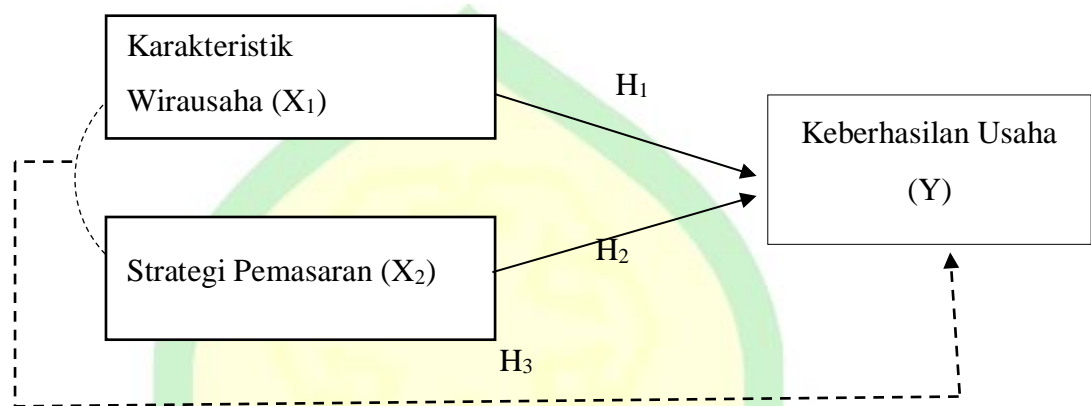
⁴⁵ Yuni Puspitaningrum and Aji Damanuri, "Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun," *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 2, no. 2 (2022).

					<p>parkir, lingkungan dan persaingan. Kemudian untuk tiga komponen yaitu aksesibilitas, visibilitas dan ekspansi tidak memenuhi pada Grosir berkah. Tetapi usaha ini tetap berjalan stabil meskipun lokasi usaha tidak strategis.</p>
--	--	--	--	--	---

E. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah narasi (uraian) atau pernyataan (proposisi) tentang kerangka konsep pemecahan masalah yang telah diidentifikasi atau dirumuskan. Kerangka berfikir atau pemikiran dalam sebuah penelitian kuantitatif, sangat menentukan dan validitas proses

penelitian secara keseluruhan.⁴⁶ Berdasarkan judul penelitian dan untuk mendekati dalam melakukan analisis dalam penelitian, maka dimuat kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Keterangan:

H1 : Hipotesis 1

H2 : Hipotesis 2

H3 : Hipotesis 3

—————> : Parsial

- - - - - : Simultan

Rancangan penelitian ini ntuk menunjukkan apakah karakteristik wirausaha (X₁) dan strategi pemasaran (X₂) berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keberhasilan usaha (Y).

F. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu pernyataan (*declarative statement*) yang belum sepenuhnya diakui kebenarannya, jadi hipotesis adalah suatu

⁴⁶ Arif, Sukuryadi, Fatimaturrahmi, "Pengaruh Ketersediaan Sumber Belajar Di Perpustakaan Sekolah Terhadap Motivasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran IPS Terpadu SMP NEGERI 1 Praya Barat," *JISIP Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan* 1, no. 2(November 2017): 111.

jawaban sementara dari permasalahan atau fakta-fakta yang diamati, yang kebenarannya harus diuji berdasarkan data-data yang terkumpul.⁴⁷

Berdasarkan penelitian terdahulu dan kerangka berfikir diatas, maka diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H₀₁: Karakteristik wirausaha secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun.

H_{a1}: Karakteristik wirausaha secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun.

H₀₂: Strategi pemasaran secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun.

H_{a2}: Strategi pemasaran secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun.

H₀₃: Karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun.

H_{a3}: Karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun.

⁴⁷ Ibid., 111.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan atau desain penelitian ialah strategi untuk mengarahkan latar penelitian agar peneliti memperoleh data yang valid sesuai dengan karakteristik variabel dan tujuan penelitian.⁴⁸ Pada penelitian ini menggunakan desain penelitian metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian objektif yang meliputi pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik.⁴⁹ Pendekatan kuantitatif bertujuan mereduksi data menjadi angka-angka.⁵⁰ Penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji hubungan antar variabel, menguji teori, dan mencari generalisasi yang memiliki nilai prediktif.⁵¹

Dalam penelitian ini, banyak sekali angka yang digunakan, baik dalam pengumpulan data, interpretasi data terhadap data yang dikumpulkan, maupun hasil yang ditampilkan. Penelitian ini menganalisis pengaruh karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun, dan akan menunjukkan bahwa variabel bebas mempengaruhi variabel terikat baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Madiun tepatnya pada pelaku UMKM.

⁴⁸ ahmad Tanzeh, *Metode Penelitian Praktis* (Yogyakarta: Teras, 2011), 132.

⁴⁹ Asep Herawan and Husna Leili Yusran, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2017), 5.

⁵⁰ Rully Indrawan Yaniawati, *Metodologi Penelitian* (Bandung: Refika Aditama, 2016), 51.

⁵¹ Sofyan Siregar, *Statistika Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 11.

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel penelitian adalah sifat atau karakteristik atau nilai dari seseorang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵² Pada penelitian ini terdapat dua variabel yaitu:

- a. Variabel independen atau variabel bebas yaitu variabel yang dapat mempengaruhi atau menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen yaitu karakteristik wirausaha (X_1) dan strategi pemasaran (X_2).
- b. Variabel dependen atau variabel terikat yaitu suatu variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel independen. Pada penelitian ini variabel ditunjukkan oleh keberhasilan usaha (Y).

2. Definisi Operasional adalah indikasi bagaimana suatu variabel diukur dan pembatasan istilah yang digunakan dalam penelitian. Adapun definisi operasional masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: ALFABETA, 2019), 68.

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Keberhasilan Usaha (Y)	Keberhasilan usaha adalah kondisi atau keadaan bertambah majunya suatu maksud dalam suatu kegiatan yang dilihat dari volume usaha, <i>nett asset</i> dan laba bersih.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan omzet penjualan 2. Pertambahan jumlah karyawan 3. Peningkatan volume produksi 	Hakim dan Prajanti (2019)
Karakteristik Wirausaha (X ₁)	Karakteristik wirausaha adalah watak atau sifat yang terdapat seorang wirausaha dalam menciptakan sesuatu baru dan berbeda (<i>create new and different</i>) melalui berfikir kreatif dan bertindak inovatif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penuh percaya diri 2. Memiliki inisiatif 3. Memiliki motif berprestasi 4. Memiliki jiwa kepemimpinan 5. Berani mengambil risiko 	Suryana (2013)
Strategi Pemasaran (X ₂)	Strategi pemasaran adalah suatu rencana yang dilakukan oleh	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilihan pasar 2. Perencanaan produk 3. Penetapan harga 4. Sistem distribusi 	Fandy Tjiptono (2012)

	<p>pelaku usaha untuk menciptakan kepuasan konsumen, mulai dari pengembangan produk, menetapkan harga, mempromosikan produk dan sampai pada pendistribusian ke tangan konsumen.</p>	<p>5. Komunikasi pemasaran</p>	
--	---	--------------------------------	--

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di kota Madiun, Jawa Timur. Tepatnya pada pelaku UMKM di Kecamatan Taman, Kartoharjo dan Manguharjo dengan total pelaku UMKM 23.000.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan unit atau individu yang memiliki karakteristik yang akan diteliti dan dipelajari sehingga dapat ditarik kesimpulan.⁵³ Pada penelitian ini populasi yang diketahui sebanyak 23.000 UMKM yang tersebar di kota Madiun.

2. Sampel

Sampel adalah himpunan bagian dari jumlah dan karakteristik populasi yang memiliki karakteristik atau kondisi tertentu yang mana

⁵³ Ibid., 126.

sesuai dengan preferensi peneliti dan dapat menggambarkan populasi tersebut.⁵⁴ Pada penelitian ini sampel yang akan digunakan sebesar 100 responden. Hasil sampel ini diperoleh dari perhitungan rumus Slovin. Dengan tingkat kesalahan 10%. Adapun rumusnya yaitu:

$$n = N : 1 + Ne^2$$

Dimana:

n : Jumlah sampel yang diperlukan

e^2 : taraf atau tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) adalah 10%

N : Jumlah populasi

Maka hasil dari perhitungan yang dilakukan oleh peneliti adalah

$$n = 23.000 : 1 + 23.000. 0,1^2$$

$$n = 23.000 : 1 + 23.000. 0,01$$

$$n = 23.000 : 1 + 230$$

$$n = 23.000 : 231$$

$$n = 99,57 \text{ maka dibulatkan menjadi } 100$$

Dalam penelitian ini menggunakan teknik insidental sampling yang mana penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan itu cocok sebagai sumber data.⁵⁵ Oleh karena itu metode pemberian angket ini dilakukan kepada 100 responden para pelaku usaha di Kota Madiun.

⁵⁴ Ibid.

⁵⁵ Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 64.

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Dalam penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Data kuantitatif yaitu data-data yang dinyatakan dalam bentuk angka.

2. Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer yang mana diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner dan sumber data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal, artikel dan penelitian terdahulu.

F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. Wawancara

Wawancara adalah komunikasi antara dua pihak atau lebih dimana satu pihak bertindak sebagai informan dan pihak lain sebagai interogator dengan tujuan tertentu.⁵⁶ Umumnya, wawancara digunakan untuk memperoleh informasi dari responden atau orang yang diwawancarai.⁵⁷

⁵⁶ Fadhallah, *Wawancara* (Jakarta: UNJ Press, 2020), 2.

⁵⁷ Yulia Anggraini, "Urgensi Karakter Dalam Analisis Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah Indonesia," *Jurnal Off Islamic Banking and Finance* 1 (July 2021): 165.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan suatu cara mengumpulkan data dengan memberikan pernyataan ataupun pertanyaan yang terstruktur untuk responden.⁵⁸

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data guna mengukur fenomena yang diamati secara sistematis. Dalam penelitian ini skala yang digunakan adalah skala *Likert*, dimana variabel yang diukur dan dideskripsikan menjadi indikator variabel, yang kemudian dijadikan tolak ukur dalam menyusun pertanyaan kuesioner.⁵⁹ Alternatif jawaban dalam penelitian ini dibagi menjadi empat kategori sebagai berikut:

Tabel 3.2
Instrumen Penelitian

No	Kategori	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 199.

⁵⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), 104.

H. Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan keshalihan suatu instrumen.⁶⁰ Salah satu validitas yang biasa digunakan adalah validitas isi. Validitas isi merupakan validitas yang diestimasi lewat pengujian terhadap kelayakan atau relevansi isi tes melalui analisis rasional oleh panel yang berkompeten atau melalui *expert judgement* (penilaian ahli). Validitas isi atau *content validity* memastikan bahwa pengukuran memasukkan sekumpulan item yang memadai dan mewakili yang mengungkap konsep.

Perhitungan validitas isi pada penelitian ini dilakukan menggunakan indeks Aiken's V dengan rumus sebagai berikut:

$$V = \frac{\sum s}{N(c - 1)}$$

Keterangan:

V = validitas

N = banyaknya ahli

s = r-lo

lo = angka penilaian validitas yang rendah

c = angka penilaian validitas tertinggi

r = angka yang diberikan oleh penilaian

Kriteria tingkat kevalidan:

⁶⁰ Andrew Fernando Pakpahan et al., *Metode Penelitian Ilmiah* (Yayasan Kita Menulis, 2021), 107.

Tabel 3.3
Kriteria Validitas

Rentang Skor (V)	Tingkat Kevalidan
$V \leq 0,35$	Validitas Lemah
$0,35 - 0,70$	Validitas Sedang
$V \geq 0,70$	Validitas Tinggi

2. Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item yang dinyatakan valid. Uji ini bertujuan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Kuesioner disebut reliabel atau dapat dipercaya jika jawaban orang tersebut terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan konsisten dari waktu ke waktu. Variabel dinyatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* yang dihasilkan saat pengujian lebih dari 0,60.⁶¹

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum ab^2}{a^2 t} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrument

k = banyaknya pertanyaan

$\sum ab^2$ = jumlah varians soal

a^2_t = total varians

⁶¹ Maulida Nurhidayati, *Diktat Statistika Penelitian* (Ponorogo, 2022), 37.

I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Teknik pengolahan data adalah suatu cara penggunaan metode tertentu menganalisis data pada penelitian. Analisis data adalah menganalisis data berupa angka dengan menggunakan statistik untuk menjawab rumusan masalah dan bertujuan untuk mendapatkan kesimpulan dari hasil penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan *IBM SPSS Statistics*. Teknik analisis data yang digunakan adalah:

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian ini bermaksud untuk mengetahui residual yang diperoleh pada penelitian apakah berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas bisa dicari dengan uji *Kolmogorov Smirnov*. Jika hasil pengujian lebih dari 0,05 maka residual berdistribusi normal terpenuhi.⁶²

b. Uji Multikolinearitas

Pada pengujian ini berfungsi untuk mencari korelasi antar variabel bebas. Dimana suatu model regresi yang baik yaitu tidak memiliki korelasi antar variabel bebas.⁶³ Untuk mengetahui apakah terdapat kasus multikolinearitas maka dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation factor* (VIF), apabila $VIF < 10$ maka

⁶² Ibid., 39.

⁶³ Echo Perdana K, *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22* (Bangka Belitung: LAB KOM MANAJEMEN FE UBB, 2016), 49.

terima H_0 yang berarti pada persamaan regresi linier tidak terjadi kasus multikolinearitas.⁶⁴

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui pada model regresi apakah terdapat ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Apabila nilai signifikansi semua variabel independen $> 0,05$ maka H_0 diterima artinya varian residual homogen (tidak terjadi kasus heteroskedastisitas).⁶⁵

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier terdapat korelasi antara residual pada periode t dengan residual pada periode $t-1$ (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Dengan hipotesis:

H_0 : tidak terdapat korelasi antar residual (tidak terjadi kasus autokorelasi)

H_1 : terdapat korelasi antar residual (terjadi kasus autokorelasi)

⁶⁴ Nurhidayati, *Diktat Statistika Penelitian*, 43.

⁶⁵ *Ibid.*, 40.

Untuk mendiagnosis adanya autokorelasi dalam suatu model regresi dilakukan melalui pengujian terhadap uji *Durbin Watson* (uji DW).⁶⁶

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Pada analisis ini dilakukan karena untuk mengetahui hubungan atau pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.⁶⁷ Dalam satu persamaan regresi besarnya nilai variabel tergantung adalah tergantung pada nilai variabel lainnya.⁶⁸ Adapun rumus dari regresi linier sederhana ialah:

$$Y = \alpha + \beta X + e$$

Keterangan:

Y = variabel dependen (nilai yang diprediksi)

α = konstanta

β = koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

e = error

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat.⁶⁹ Adapun rumusnya yaitu:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + error$$

⁶⁶ Ibid., 41.

⁶⁷ Didik Setyawarno, *Panduan Statistik Terapan Untuk Penelitian Pendidikan* (Yogyakarta: FMIPA UNY, 2018), 50.

⁶⁸ Setyo Tri Wahyudi, *Statistika Ekonomi Konsep Teori Dan Penerapan* (Malang: UB Press, 2017), 162.

⁶⁹ Ibid., 51.

Keterangan:

Y = variabel dependen yaitu keberhasilan usaha

X₁ = variabel independen yaitu karakteristik kewirausahaan

X₂ = variabel independen yaitu strategi pemasaran

a = konstanta

b₁ = koefisien regresi X₁,

b₂ = koefisien regresi X₂

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan guna mengetahui sesuai tidaknya model regresi yang dihasilkan untuk melihat pengaruh dari variabel X₁ dan X₂ terhadap Y.⁷⁰ Untuk melihat pengaruh maka dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai tingkat kepercayaan 0,05. Hipotesis yang digunakan:

H₀: model regresi yang diperoleh tidak sesuai atau tidak signifikan

H₁: model regresi yang diperoleh sesuai atau signifikan

Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig < \alpha$ maka tolak H₀ sehingga model regresi yang diperoleh layak atau signifikan.⁷¹

⁷⁰ Nurhidayati, *Diktat Statistika Penelitian*, 45.

⁷¹ Ibid.

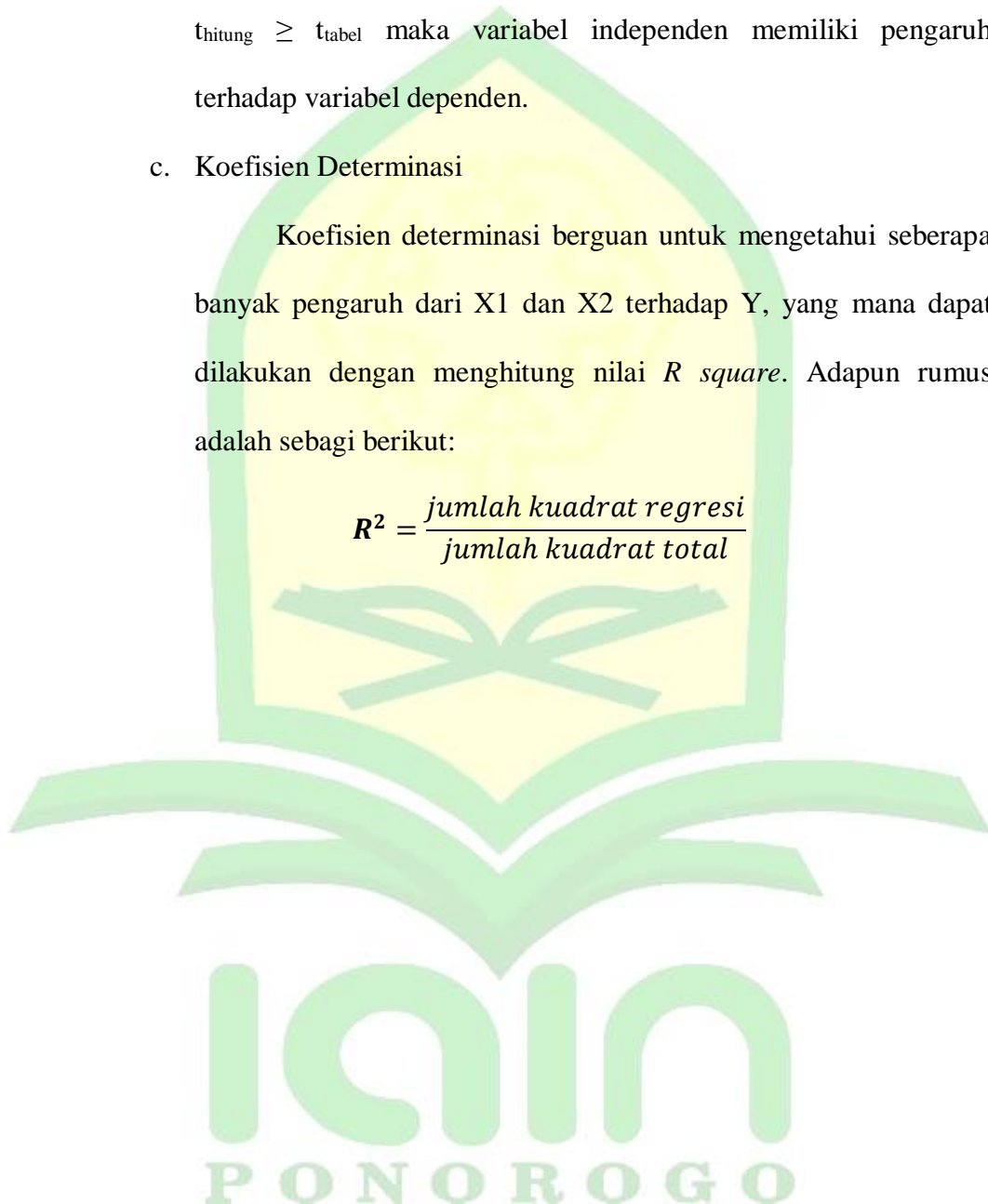
b. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan agar dapat mengetahui pengaruh dari variabel independen X1 dan X2 terhadap Y.⁷² Apabila nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berguna untuk mengetahui seberapa banyak pengaruh dari X1 dan X2 terhadap Y, yang mana dapat dilakukan dengan menghitung nilai *R square*. Adapun rumus adalah sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{\text{jumlah kuadrat regresi}}{\text{jumlah kuadrat total}}$$



⁷² Ibid., 46.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Gambaran Umum Kota Madiun⁷³

Kota Madiun bagian dari wilayah provinsi Jawa Timur bagian barat, terletak di dataran rendah antara 7'-8' Lintang Selatan atau sepanjang 7,5 km bentang arah ke selatan, antara 111'-112' Bujur Timur atau sepanjang 6 km bentang arah barat timur letak geografis Kota Madiun sangat strategis karena terletak pada simpul jaringan jalan regional yang menghubungkan daerah-daerah di Jawa Timur dengan daerah-daerah di Jawa Tengah dan khususnya menghubungkan Kota Madiun dengan kota-kota besar lainnya yaitu Yogyakarta, Jakarta lewat Ngawi, Tawangmangu / Surakarta lewat Magetan, Pacitan-Trenggalek lewat Ponorogo serta jalur Kereta Api Lintas Pulau Jawa Bagian Selatan yang menghubungkan Surabaya-Jakarta lewat Purwokerto dan Surabaya – Bandung.

Secara administrasi wilayah Kota Madiun berbatasan dengan wilayah Kabupaten Madiun dan Magetan dengan batas-batas sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara Kecamatan Madiun
- b. Sebelah Timur Kecamatan Wungu
- c. Sebelah Selatan Kecamatan Geger
- d. Sebelah Barat Kecamatan Jiwan.

⁷³ <https://madiunkota.go.id> diakses pada 2 Maret 2023 pukul 20.17

2. Visi Misi Kota Madiun⁷⁴

Visi:

“Terwujudnya Pemerintahan Bersih Berwibawa Menuju masyarakat
Sejahtera”

Misi:

- a. Meningkatkan Kualitas Hidup Masyarakat Kota Madiun Madiun Kota Pintar (Panca Karya 1)
- b. Mewujudkan Pemerintahan yang Baik (Good Governance) Melalui Peningkatan Kualitas Pelayanan Kepada Masyarakat. Madiun Kota Melayani (Panca Karya 2)
- c. Meningkatkan Pembangunan Berbasis Pada Partisipasi Masyarakat Kota Madiun Dalam Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengawasan Pembangunan. Madiun Kota Membangun (Panca Karya 3)
- d. Mewujudkan Kemandirian Ekonomi dan Meratakan Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Kota Madiun. Madiun Kota Peduli (Panca Karya 4)
- e. Mewujudkan Keterbukaan Informasi Publik Sebagai Kontrol Kinerja dan Akuntabilitas Terhadap Pemerintah Madiun Kota Terbuka (Panca Karya 5).

⁷⁴ <https://madiunkota.go.id> diakses pada 2 Maret 20.20

B. Hasil Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Pada penelitian ini validitas yang digunakan adalah validitas isi (*Content Validity*) dan validitas konstruk. Pengujian validitas isi pada penelitian ini dilakukan oleh tim *judgement expert* yang terdiri dari dua dosen ahli yaitu Dr. Luhur Prasetyo, M.E.I. dan Ratna Yunita, M.A. Dua dosen ahli tersebut dimintai untuk mengecek dan memberikan penilaian atas kesesuaian antara pernyataan atau butir soal dengan indikator dengan rentang nilai 1-5. Kemudian peneliti melakukan perhitungan validitas isi menggunakan indeks Aiken's dengan rumus sebagai berikut:

Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.1

Uji Validitas Isi Karakteristik Wirausaha

Variabel	Item Pernyataan	Validitas	Keterangan
Karakteristik Wirausaha	Pernyataan X1.1	0,875	Valid
	Pernyataan X1.2	1	Valid
	Pernyataan X1.3	0,75	Valid
	Pernyataan X1.4	0,875	Valid
	Pernyataan X1.5	0,625	Valid
	Pernyataan X1.6	0,875	Valid
	Pernyataan X1.7	0,875	Valid
	Pernyataan X1.8	0,75	Valid
	Pernyataan X1.9	0,75	Valid
	Pernyataan X1.10	0,875	Valid

Berdasarkan Tabel 4.1 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada variabel karakteristik wirausaha yang berjumlah 10 pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 4.2
Uji Validitas Isi Strategi Pemasaran

Variabel	Item Pernyataan	Validitas	Keterangan
Strategi Pemasaran	Pernyataan X2.1	0,625	Valid
	Pernyataan X2.2	0,5	Valid
	Pernyataan X2.3	0,375	Valid
	Pernyataan X2.4	1	Valid
	Pernyataan X2.5	0,625	Valid
	Pernyataan X2.6	0,625	Valid
	Pernyataan X2.7	0,625	Valid
	Pernyataan X2.8	1	Valid
	Pernyataan X2.9	1	Valid
	Pernyataan X2.10	0,625	Valid
	Pernyataan X2.11	0,625	Valid
	Pernyataan X2.12	1	Valid
	Pernyataan X2.13	0,75	Valid
	Pernyataan X2.14	1	Valid

Berdasarkan Tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada variabel strategi pemasaran yang berjumlah 14 pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 4.3
Uji Validitas Isi Keberhasilan Usaha

Variabel	Item Pernyataan	Validitas	Keterangan
Keberhasilan Usaha	Pernyataan Y1	1	Valid

	Pernyataan Y2	1	Valid
	Pernyataan Y3	0,625	Valid
	Pernyataan Y4	0,875	Valid
	Pernyataan Y5	0,875	Valid
	Pernyataan Y6	0,875	Valid
	Pernyataan Y7	0,875	Valid
	Pernyataan Y8	0,875	Valid

Berdasarkan Tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada variabel keberhasilan usaha yang berjumlah 8 pernyataan dinyatakan valid.

Cara lain dalam menentukan validitas dapat diukur dengan menggunakan *software SPSS*. Pada penelitian ini menggunakan *software IBM SPSS 25*. dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas X₁

Butir Soal	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
X1.1	0,844	0,361	Valid
X1.2	0,668	0,361	Valid
X1.3	0,707	0,361	Valid
X1.4	0,594	0,361	Valid
X1.5	0,767	0,361	Valid
X1.6	0,803	0,361	Valid
X1.7	0,749	0,361	Valid
X1.8	0,756	0,361	Valid
X1.9	0,465	0,361	Valid
X1.10	0,476	0,361	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2023.

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa 10 butir soal dalam variabel karakteristik wirausaha (X_1) memiliki $r_{hitung} > 0,361$ sehingga semua pernyataan dikatakan valid. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan tersebut dapat digunakan sebagai instrumen penelitian variabel karakteristik wirausaha (X_1).

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas X_2

Butir Soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,840	0,361	Valid
X2.2	0,848	0,361	Valid
X2.3	0,765	0,361	Valid
X2.4	0,857	0,361	Valid
X2.5	0,716	0,361	Valid
X2.6	0,723	0,361	Valid
X2.7	0,744	0,361	Valid
X2.8	0,656	0,361	Valid
X2.9	0,831	0,361	Valid
X2.10	0,732	0,361	Valid
X2.11	0,509	0,361	Valid
X2.12	0,849	0,361	Valid
X2.13	0,678	0,361	Valid
X2.14	0,596	0,361	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.5 diketahui bahwa 14 butir pernyataan dalam variabel strategi pemasaran (X_2) memiliki $r_{hitung} > 0,361$ sehingga semua pernyataan dikatakan valid. Dapat disimpulkan bahwa

pernyataan tersebut dapat digunakan sebagai instrumen penelitian variabel strategi pemasaran (X_2).

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Y

Butir Soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y1	0,822	0,361	Valid
Y2	0,825	0,361	Valid
Y3	0,921	0,361	Valid
Y4	0,892	0,361	Valid
Y5	0,778	0,361	Valid
Y6	0,881	0,361	Valid
Y7	0,656	0,361	Valid
Y8	0,851	0,361	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.6 diketahui bahwa 8 butir pernyataan dalam variabel keberhasilan usaha (Y) memiliki $r_{hitung} > 0,361$ sehingga semua pernyataan dikatakan valid. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan tersebut dapat digunakan sebagai instrumen penelitian variabel keberhasilan usaha (Y).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap butir pernyataan yang telah dinyatakan valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Cronbach	Batas	Keterangan
1.	X_1	0,858	0,60	Reliabel

2.	X ₂	0,929	0,60	Reliabel
3.	Y	0,930	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2023.

C. Hasil Pengujian Deskriptif

Responden dari penelitian ini adalah pelaku UMKM yang ada di Kota Madiun dengan banyaknya responden adalah 100 responden. Hasil deskripsi repsonden dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan Data Responden

Responden pada penelitian ini adalah para pelaku UMKM di Kota Madiun dengan jumlah 100 responden. Adapun hasil dari deskripsi responden dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.8
Data Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Pria	46	46%
2.	Wanita	54	54%

Berdasarkan hasil Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa responden dari penelitian ini terdiri dari 46 responden pria (46%) dan 54 responden wanita (54%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha yang ada di Kota Madiun pada penelitian ini adalah wanita.

b. Usia

Tabel 4.9**Data Usia Responden**

Usia	Jumlah	Persentase
< 20 Tahun	11	11%
20 – 29 Tahun	32	32%
30 – 39 Tahun	28	28%
40 – 49 Tahun	16	16%
> 50 Tahun	13	13%

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa responden dari penelitian ini terdiri dari berbagai golongan usia. Mulai dari usia yang kurang dari 20 tahun sebanyak 11 orang (11%), usia 20-29 tahun sebanyak 32 orang (32%), usia 30-39 tahun sebanyak 28 orang (28%), usia 40-49 tahun sebanyak 16 orang (16%), dan usia diatas 50 tahun sebanyak 13 orang (13%). Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pelaku usaha di Kota Madiun pada penelitian ini berusia 20-29 tahun.

c. Pendidikan

Tabel 4.10**Data Pendidikan Responden**

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD	5	5%
SMP	16	16%

SMA	43	43%
D1	10	10%
S1	26	26%

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa pendidikan responden dari penelitian ini terdiri dari 5 responden yang menempuh pendidikan SD (5%), 16 responden yang menempuh pendidikan SMP (16%), 43 responden yang menempuh pendidikan SMA (43%), 10 responden yang menempuh pendidikan D1 (10%), dan 26 responden yang menempuh pendidikan S1 (26). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha di Kota Madiun pada penelitian ini berpendidikan terakhir SMA.

d. Lama Berwirausaha

Tabel 4.11
Data Lama Berwirausaha Responden

Lama Berwirausaha	Jumlah	Persentase
< 1 Tahun	17	13%
1 – 3 Tahun	35	35%
4 – 6 Tahun	26	26%
>6 Tahun	22	24%

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa lama berwirausaha para responden bervariasi dari < 1 tahun berjumlah 17 responden (17%), 1-3 tahun terdiri dari 35 responden (35%), 4-6 tahun berjumlah 26 responden (26%), dan responden yang telah berwirausaha > 6

tahun sebanyak 22 responden (22%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha di Kota Madiun pada penelitian ini sudah berwirausaha 4 – 6 tahun.

2. Berdasarkan Variabel

Berikut adalah hasil analisis deskriptif variabel karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun.

a. Karakteristik Wirausaha

Berdasarkan kuesioner yang telah terkumpul, menunjukkan bahwa variabel karakteristik wirausaha yang dimiliki pelaku usaha di Kota Madiun sebesar 74%. Hal ini diartikan bahwasannya karakteristik wirausaha yang dimiliki oleh pelaku usaha di Kota Madiun sudah baik. Namun masih terdapat 26% pelaku usaha yang merasa dirinya belum memiliki karakteristik wirausaha yang maksimal. Seperti kurangnya inisiatif dalam mengembangkan variasi produk, tidak berani menghadapi tantangan baru lebih memilih zona yang nyaman.

b. Strategi Pemasaran

Berdasarkan kuesioner yang telah terkumpul, menunjukkan bahwa pelaku usaha yang menggunakan strategi pemasaran di Kota Madiun dengan baik sebesar 15% dan sisanya belum menggunakan strategi pemasaran dengan maksimal. Hal ini disebabkan oleh faktor tidak menciptakan merek pada produknya, tidak mendesain produk

sesuai dengan tren, tidak memiliki mitra sehingga tidak dapat mengembangkan usahanya.

c. Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah terkumpul menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha yang usahanya sudah berhasil. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya responden yang memberikan jawaban sangat setuju dan setuju pada kuesioner. Tetapi juga terdapat responden yang menyatakan bahwa usahanya belum berhasil. Hal ini dilihat pada indikator penambahan jumlah karyawan dimana terdapat 49 pelaku usaha yang usahanya kurang dari 3 tahun.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,00000 00
	Std. Deviation	2,2229 6252
	Most Extreme Differences	Absolute Positive Negative
Test Statistic		,049
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2023.

Tabel 4.12 menunjukkan hasil pengujian normalitas residual. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai signifikansi = 0,200 > 0,05 yang artinya residual mengikuti distribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Karakteristik Wirausaha	0,983	1,018
	Strategi Pemasaran	0,983	1,018

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.13 diketahui bahwa nilai VIF variabel karakteristik wirausaha (X_1) dan variabel Strategi Pemasaran (X_2) sebesar 1,018. Dimana nilai VIF dari kedua variabel < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi kasus multikolinearitas. Dengan demikian asumsi non multikolinearitas terpenuhi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.14
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi	Standart Heteroskedastisitas
Karakteristik Wirausaha	0,749	0,05
Strategi Pemasaran	0,69	0,05

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 4.14 diketahui

bahwa nilai signifikansi variabel karakteristik wirausaha sebesar $0,749 > 0,05$ dan nilai signifikansi variabel strategi pemasaran sebesar $0,69 > 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Tabel 4.15
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,354 ^a	,125	,107	2,246	2,074
a. Predictors: (Constant), Strategi Pemasaran, Karakteristik Wirausaha					
b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha					

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.15 menunjukkan nilai *Durbin-Watson* yang diperoleh dari hasil regresi sebesar 2,074. Untuk $n = 100$ dan $k = 2$ diperoleh nilai $d_U = 1,715$ dan $d_L = 1,633$. Sehingga $4 - d_U = 4 - 1,715 = 2,285$. Karena $d_U < DW < 4 - d_U$ maka $1,715 < 2,074 < 2,285$. Dapat disimpulkan pada penelitian ini tidak terjadi kasus autokorelasi, sehingga pengujian non autokorelasi terpenuhi.

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel karakteristik wirausaha (X_1) terhadap variabel keberhasilan usaha (Y) dan variabel strategi pemasaran (X_2) terhadap variabel keberhasilan usaha (Y).

Hasil pengujiannya sebagai berikut:

- a. Pengaruh karakteristik wirausaha (X_1) terhadap keberhasilan usaha (Y)
- 1) Model regresi

Tabel 4.16
Hasil Regresi Linier Sederhana antara X_1 dengan Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	20,141	2,918		6,903	,000
Karakteristik Wirausaha	,229	,094	,238	2,427	,017

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.16 maka dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 20,141 + 0,229X_1 + error$$

Sehingga dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Konstanta (b_0)

Nilai konstanta (b_0) positif sebesar 20,141 menunjukkan bahwa apabila variabel independen yaitu karakteristik wirausaha (X_1) nol atau tidak ada maka keberhasilan usaha sebesar 20,141 satuan.

b) Koefisien (b_1)

Besarnya nilai koefisien regresi (b_1) sebesar 0,229 dapat diartikan bahwa variabel karakteristik wirausaha (X_1) mempunyai pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (Y). Artinya, ketika karakteristik wirausaha meningkat maka keberhasilan usaha akan mengalami peningkatan. Lebih jauh, jika karakteristik wirausaha ditingkatkan 1 satuan maka keberhasilan usaha akan mengalami kenaikan sebesar 0,229 satuan.

2) Uji t (parsial)

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa variabel karakteristik wirausaha (X_1) memiliki nilai $t_{hitung} = 2,427$. Sedangkan t_{tabel} diperoleh melalui tabel t ($\alpha = 0,05$ dan $df = n - 2$), sehingga $\alpha = 0,05$ dan $df = 100 - 2 = 98$, maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,66. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,427 > 1,66$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat variabel karakteristik wirausaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

3) Koefisien determinasi

Koefisien regresi berfungsi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha. Berikut ialah hasil dari *R Square* (koefisien determinasi).

Tabel 4.17
Hasil Koefisien Determinasi
antara Variabel X_1 dengan Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,238 ^a	,057	,047	2,309
a. Predictors: (Constant), Karakteristik Wirausaha				

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.17 dapat diketahui bahwa nilai koefisien R sebesar 0,238 menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha memiliki hubungan antara variabel X_1 terhadap Y. Untuk nilai *R Square* yang diperoleh sebesar 0,057 artinya variabel karakteristik wirausaha mampu menjelaskan variasi dari keberhasilan usaha sebesar 5,7% dan sisanya sebesar 94,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

- b. Pengaruh strategi pemasaran (X_2) terhadap keberhasilan usaha (Y)
- 1) Model regresi

Tabel 4.18
Hasil Regresi Linier Sederhana antara X_2 dengan Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

(Constant)	20,135	2,288		8,802	,000
Strategi Pemasaran	,192	,062	,299	3,104	,002

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.18 maka dapat dirumuskan

persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 20,135 + 0,192X_2 + error$$

Sehingga dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Konstanta (b_0)

Nilai konstanta (b_0) positif sebesar 20,135 menunjukkan bahwa apabila variabel independen yaitu strategi pemasaran (X_2) nol atau tidak ada maka keberhasilan usaha sebesar 20,135 satuan.

b) Koefisien (b_1)

Besarnya nilai koefisien regresi (b_1) sebesar 0,192 dapat diartikan bahwa variabel strategi pemasaran (X_2) mempunyai pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (Y). Artinya, ketika strategi pemasaran meningkat maka keberhasilan usaha akan mengalami peningkatan. Lebih jauh, jika karakteristik wirausaha ditingkatkan 1 satuan maka keberhasilan usaha akan mengalami kenaikan sebesar 0,192 satuan.

2) Uji t (parsial)

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa variabel strategi pemasaran (X_2) memiliki nilai $t_{hitung} = 3,104$. Sedangkan t_{tabel} diperoleh melalui tabel t ($\alpha = 0,05$ dan $df = n - 2$), sehingga $\alpha = 0,05$ dan $df = 100 - 2 = 98$, maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,66. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,104 > 1,66$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat variabel strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

3) Koefisien determinasi

Koefisien regresi berfungsi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha. Berikut ialah hasil dari *R Square* (koefisien determinasi).

Tabel 4.19

Hasil Koefisien Determinasi antara variabel X_2 dengan Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,299 ^a	,089	,080	2,269
a. Predictors: (Constant), Strategi Pemasaran				

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.19 dapat diketahui bahwa nilai koefisien R sebesar 0,299 menunjukkan bahwa strategi pemasaran memiliki hubungan antara variabel X_2 terhadap Y. Untuk nilai *R Square* yang diperoleh sebesar 0,089 artinya variabel strategi pemasaran mampu menjelaskan variasi dari

keberhasilan usaha sebesar 8,9% dan sisanya sebesar 91,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh dari karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha. Hasil dari analisis regresi berganda dapat dilihat dari tabel berikut ini:

a. Model regresi

Tabel 4.20
Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14,941	3,413		4,378	,000
Karakteristik Wirausaha	,189	,093	,196	2,043	,044
Strategi Pemasaran	,174	,062	,270	2,823	,006

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.20 maka dapat diperoleh model regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 14,941 + 0,189 + 0,174 + e$$

Berdasarkan model regresi berganda di atas, maka diperoleh keterangan sebagai berikut:

1) Konstanta (b_0)

Nilai konstanta (b_0) sebesar 14,941 menunjukkan bahwa jika variabel karakteristik wirausaha (X_1) dan strategi pemasaran (X_2) nol atau tidak ada maka keberhasilan UMKM di Kota Madiun sebesar 14,941 satuan.

2) Konstanta (b_1) untuk variabel X_1 (karakteristik wirausaha)

Besarnya nilai koefisien regresi (b_1) 0,189 dapat diartikan bahwa variabel karakteristik wirausaha mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel keberhasilan usaha. Artinya, semakin tinggi karakteristik wirausaha yang dimiliki oleh pelaku usaha maka semakin tinggi pula tingkat keberhasilan usaha pelaku UMKM di Kota Madiun.

3) Konstanta (b_2) untuk variabel X_2 (strategi pemasaran)

Besarnya nilai koefisien regresi (b_2) 0,174 dapat diartikan bahwa variabel strategi pemasaran mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel keberhasilan usaha. Artinya, semakin tinggi strategi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha maka semakin tinggi pula tingkat keberhasilan usaha pelaku UMKM di Kota Madiun.

b. Uji t

Hasil uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran berpengaruh secara parsial terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun. Dapat

diketahui jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig < \alpha$ maka H_0 ditolak yang artinya variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan tabel hasil uji t dapat dijabarkan sebagai berikut:

1) Hasil uji t variabel karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha

Hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H_{01} : Karakteristik wirausaha secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun.

H_{a1} : Karakteristik wirausaha secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun.

Tabel 4.21

Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	14,941	3,413	4,378	,000
Karakteristik Wirausaha	,189	,093	2,043	,044
Strategi Pemasaran	,174	,062	2,823	006

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber: Data hasil pengolahan SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 4.21 diketahui bahwa hasil pengujian pengaruh karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha menghasilkan nilai signifikan sebesar $0,044 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$)

sehingga H_{01} ditolak. Dapat disimpulkan bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun.

2) Hasil uji t variabel strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha

Hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H_{02} : Strategi pemasaran secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun.

H_{a2} : Strategi pemasaran secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun

Berdasarkan tabel diketahui bahwa hasil pengujian pengaruh karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha menghasilkan nilai signifikan sebesar $0,006 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$) sehingga H_{02} ditolak. Dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun.

c. Uji F

Uji signifikansi simultan (Uji F) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel X_1 dan X_2 secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Y. Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_{03} : Karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun.

H_{a3} : Karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun.

Tabel 4.22

Hasil Uji F

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	70,175	2	35,088	6,957	,002 ^b
	Residual	489,215	97	5,043		
	Total	559,390	99			
a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha						
b. Predictors: (Constant), Strategi Pemasaran, Karakteristik Wirausaha						

Sumber: Data hasil pengolahan SPSS, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.22 diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 6,957 dan nilai signifikansi sebesar 0,002, $F_{tabel} = (k ; n-k)$ maka diperoleh (3 ; 100-3) sehingga diperoleh F_{tabel} sebesar 2,70. Hal ini dapat diartikan bahwa $F_{hitung} 6,957 > F_{tabel} 2,70$ maka H_{03} ditolak H_{a3} diterima. Artinya variabel karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun.

d. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y , yang dapat dilihat dari nilai *R square*. Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4.23

Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.354 ^a	.125	.107	2.246	2.074

Sumber: Data hasil pengolahan SPSS, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.23 diketahui bahwa nilai *R Square* yang diperoleh sebesar 0,125 memiliki arti bahwa karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran mampu menjelaskan variasi dari keberhasilan usaha sebesar 12,5% dan sisanya 87,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

E. Pembahasan

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan, maka pembahasan mengenai hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan UMKM di Kota Madiun

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel karakteristik wirausaha (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel keberhasilan usaha (Y), yang berarti H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Hasil ini diperoleh pada hasil uji t memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,427 > 1,66$ dan nilai signifikansi

0,017 < 0,05. Berdasarkan nilai *R Square* yang diperoleh pada variabel karakteristik wirausaha sebesar 0,057 (5,7%) dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh sedikit terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun. Berdasarkan hasil wawancara dengan Heri pelaku usaha di Kota Madiun menurutnya faktor yang mempengaruhi keberhasilan usahanya terletak pada modal yang dimilikinya.⁷⁵

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dimas Sidik Prasetya⁷⁶ bahwa variabel karakteristik wirausaha berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keberhasilan usaha. Karakteristik wirausaha yang dimiliki oleh pelaku usaha Kota Madiun harus tetap dipertahankan dan ditingkatkan serta diasah, seperti lebih berani untuk mencoba hal-hal baru agar kedepannya dapat terus bersaing dalam dunia usaha dan tercapai keberhasilan usaha yang diinginkan.

2. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan UMKM di Kota Madiun

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel strategi pemasaran (X_{12}) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel keberhasilan usaha (Y), yang berarti H_{02}

⁷⁵ Heri, Wawancara, March 19, 2023.

⁷⁶ Dimas Sidik Prasetya, "Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Pengalaman Terhadap Keberhasilan Usaha Travel Di Kota Medan," *Skripsi: Universitas Medan Area Medan*, 2022.

ditolak dan H_{a2} diterima. Hasil ini diperoleh dari uji t memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,104 > 1,66$ dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$.

Berdasarkan nilai *R Square* yang diperoleh pada variabel strategi pemasaran sebesar 0,089 (8,9%) dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lainnya. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa strategi pemasaran berpengaruh sedikit terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun. Hasil wawancara dengan Dimas bahwasannya ia menyatakan usahanya dapat berhasil dikarenakan pengalaman yang telah didapatnya.⁷⁷ Dan hasil wawancara dengan Putri ia menyatakan bahwa keberhasilan usahanya dikarenakan kepercayaan dan loyalitas pembeli kepadanya.⁷⁸

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dewi Purwati, Edward Gagah, dan Patricia Dhiana⁷⁹ bahwa variabel strategi pemasaran berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keberhasilan usaha. Strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh pelaku usaha Kota Madiun harus dipertahankan dan ditingkatkan yaitu dengan menambah wawasan dari manapun seperti mengikuti pameran, bazar dan dari media sosial seperti tiktok dan instagram. Sehingga dapat menemukan ide dan menciptakan berbagai macam produk baru yang inovatif dan selalu menganalisa pasar yang dituju agar produk yang diciptakan tidak salah sasaran.

⁷⁷ Dimas, Wawancara, March 22, 2023.

⁷⁸ Putri, Wawancara, March 21, 2023.

⁷⁹ Dewi Purwati, Edward Gagah P.T.S, and Patricia Diana P, "Pengaruh Kemampuan Usaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Dengan Perkembangan Usaha Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kawasan Desa Kedewan Kabupaten Bojonegoro)," *Journal Of Management* 7, no. 1 (2021).

3. Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan UMKM di Kota Madiun

Berdasarkan dari uji F yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel karakteristik wirausaha (X_1) dan strategi pemasaran (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keberhasilan usaha (Y) yang berarti H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Hal ini dibuktikan dari nilai $0,002 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran secara bersama-sama berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar nilai *R Square* yang diperoleh sebesar 0,125 memiliki arti bahwa karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap keberhasilan usaha sebesar 12,5% dan sisanya 87,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

Hasil tersebut sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Asnawati bahwa dalam meraih keberhasilan usaha terdapat beberapa faktor yang mempengaruhinya seperti promosi. Dimana faktor tersebut merupakan bagian dalam strategi pemasaran. Dan faktor karakteristik wirausaha. Jika karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran yang dilakukan pelaku usaha meningkat maka keberhasilan usaha juga akan meningkat begitu juga sebaliknya.⁸⁰

⁸⁰ Asnawati, *Kewirausahaan Teori Dan Contoh-Contoh Rencana Bisnis*, 47–48.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dan hasil pembahasan yang telah dipaparkan mengenai karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan UMKM di Kota Madiun, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik wirausaha berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM Kota Madiun. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis uji t yang mendapatkan nilai signifikansi sebesar $0,017 < 0,05$ sehingga H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan UMKM Kota Madiun.
2. Strategi pemasaran berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM Kota Madiun. Hal ini sudah dibuktikan dengan hasil analisis uji t yang mendapatkan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ sehingga H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan UMKM Kota Madiun
3. Karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran berpengaruh terhadap keberhasilann UMKM Kota Madiun. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis uji f yang mendapatkan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$ sehingga H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Jadi dapat ditarik kesimpulan

bahwa karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan UMKM Kota Madiun.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah diperoleh maka saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Bagi para pelaku UMKM

Sebaiknya para pelaku usaha di Kota selalu menambah wawasan dari tren pada jaman sekarang atau bisa dengan mengikuti pameran serta bazar agar bisa menambah wawasan tentang produk-produk yang sudah diperjualkan untuk dapat menemukan ide menciptakan berbagai macam produk baru yang inovatif dan selalu menganalisa pasar yang dituju agar produk yang diciptakan tidak salah sasaran.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan dan menggabungkan variabel yang belum diteliti, agar menjadi penelitian yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Almaidah, Siti, and Tutik Endarwati. "Analisis Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal, Motivasi, Pengalaman, Dan Kemampuan Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UKM Penghasil Mete Di Kabupaten Wonogiri." *Seminar Nasional Edusainstek: FMIPA UNIMUS*, 2019.
- Anggraini, Yulia. "Urgensi Karakter Dalam Analisis Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah Indonesia." *Jurnal Of Islamic Banking and Finance* 1 (July 2021).
- Asnawati. *Kewirausahaan Teori Dan Contoh-Contoh Rencana Bisnis*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2021.
- Dahlia. "Analisis Strategi Pemasaran Dan Modal Kerja Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Kuliner Di Kecamatan Baturaja Timur." *Jurnal Manajemen* 8, no. 2 (2020).
- Dewanti, M.A. "Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm Di Kabupaten Buleleng." *Bisma: Jurnal Manajemen* 8, no. 1 (April 2022).
- Dewi, Mirnawati. "Pengaruh Lokasi Usaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner Di Kota Jambi." *Skripsi*, 2019.
- Dimas. Wawancara, March 22, 2023.
- Dimas Sidik Prasetya. "Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Pengalaman Terhadap Keberhasilan Usaha Travel Di Kota Medan." *Skripsi: Universitas Medan Area Medan*, 2022.
- Fadhallah. *Wawancara*. Jakarta: UNJ Press, 2020.
- Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi, 2008.
- Fernaldi, Ryan. "Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Wirausaha Usaha Mikro Tempe Di Krobokan Semarang Barat." *Skripsi*, 2018.
- Fernando Pakpahan, Andrew, Adhi Prasetio, Edi Surya Negara Kasta Guming, Risanti Febrine Ropita Situmorang, Tasnim Parlin Dony Sipayung, Ayudia Popy Sesilia, Puspita Puji Rahayu Bonaraja Purba, Muhammad Chaerul, Ika Yuniwati Valentine Siagean, and Gilny Aileen Joan Rantung. *Metode Penelitian Ilmiah*. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Hakim, Lukmanul, and Sucihatningsih Dian Wisiska Prajanti. "Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Kemampuan Manajerial, Dan Tenaga Kerja Terhadap Keberhasilan Usaha IKM." *Economic Education Analysis Journal* 8, no. 2 (2019).
- Hendika. *Wawancara*, 2023.
- Hengki. *Wawancara*, 2023.

- Herawan, Asep, and Husna Leili Yusran. *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Herawaty, Netty, and Reni Yustien. "PENGARUH MODAL, PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI DAN KARAKTERISTIK WIRAUSAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA KECIL (Survei Pada Usaha Rumahan Produksi Pempek Di Kota Jambi)." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia* 3, no. 1 (Oktober 2019).
- Heri. Wawancara, March 19, 2023.
- Indarto, and Djoko Santoso. "Karakteristik Wirausaha, Karakteristik Usaha Dan Lingkungan Usaha Penentu Kesuksesan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah." *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis* 13 (2020).
- Indrawan Yaniawati, Rully. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Refika Aditama, 2016.
- Istikomah, Nur. "Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Desa Jatinegara Kecamatan Jatinegara Kabupaten Tegal." *Skripsi* Tegal: Politeknik Harapan Bangsa (2021).
- Jatim Newsroom. "Inotec Award 2021: Aplikasi Pro UMKM Pemkot Madiun Tuai Manfaat," 2021. <https://kominformasi.jatimprov.go.id/read/umum/inotec-award-2021-aplikasi-pro-umkm-pemkot-madiun-tuai-manfaat>.
- "Kamus Besar Bahasa Indonesia," n.d.
- Lukitaningsih, Ambar. "PERKEMBANGAN KONSEP PEMASARAN: IMPLEMENTASI DAN IMPLIKASINYA." *Jurnal MAKSIPRENEUR* 3, no. 1 (Desember 2013).
- Makmur, and Saprijal. "STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian)." *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* 3, no. 1 (January 2015).
- Mariani, Hanny. "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah Bidang Kuliner Di Wilayah Bogor Timur." *Skripsi: Universitas Negeri Jakarta*, 2018.
- Meerdekawati, Eka, and Novi Rosyanti. "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERHASILAN UMKM (STUDI KASUS PADA UMKM DI KOTA BOGOR)." *JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)* 5, no. 2 (2019).
- Millati, Halwa, and Ali Sofwan. "Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi, Modal Usaha, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Program Kelompok Usaha Bersama Di Kecamatan Jepara)." *JURNAL REKOGNISI AKUNTANSI* 6, no. 1 (2022).

- Nikolaus Duli. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Nur Akmaliah. "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Konveksi Kaosta' ParePare." *Skripsi: IAIN PAREPARE*, 2020.
- Nurhidayati, Maulida. *Diktat Statistika Penelitian*. Ponorogo, 2022.
- Perdana K, Echo. *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*. Bangka Belitung: LAB KOM MANAJEMEN FE UBB, 2016.
- Philip Kotler and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Pradana, Alendra Ega. "PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUUSAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA PETANI LELE DI KOTA MADIUN." *SIMBA SEMINAR INOVASI MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI I*, 2019.
- Pramayoga, Putri Marietha Nicky. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Industri Kreatif Di Kota Malang)." *Jurnal Ilmiah*, 2019.
- Purwati, Dewi, Edward Gagah P.T.S, and Patricia Diana P. "Pengaruh Kemampuan Usaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Dengan Perkembangan Usaha Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kawasan Desa Kedewan Kabupaten Bojonegoro)." *Journal Of Management* 7, no. 1 (2021).
- Putri. Wawancara, March 21, 2023.
- Rika Stevani, Louis. "Sektor UMKM Sumbang 14,3 Persen PDRB Kota Madiun Tahun 2021," n.d. <https://jatim.antaranews.com/berita/634129/sektor-umkm-sumbang-143-persen-pdrb-kota-madiun-tahun-2021>.
- Riska Oktavian and Luthfi Hadi Aminuddin. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Sepeda Eks Bike Dolopo." *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 2, no. 2 (2022).
- Setyawarno, Didik. *Panduan Statistik Terapan Untuk Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: FMIPA UNY, 2018.
- Siregar, Sofyan. *Statistika Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: ALFABETA, 2019.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019.

- Sumardhi, Anik. "Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Etnis Cina Dan Jawa." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 7, no. 12 (Desember 2018).
- Suryana. *Kewirausahaan: Kiat Dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Tambunan, Elys Sastika. "Pengaruh Modal Usaha, Kemampuan Wirausaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Pasar Tiban Sunday Morning UGM." *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi* 9, no. 3 (2020).
- Tanzeh, ahmad. *Metode Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras, 2011.
- Tri Wahyudi, Setyo. *Statistika Ekonomi Konsep Teori Dan Penerapan*. Malang: UB Press, 2017.
- Utama, Marshela. "Faktor - Faktor Keberhasilan Usaha Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Restoran Bellywise Semarang)." *Skripsi: Universitas Semarang*, 2021.
- V. Y. Reppi, Lavenia, Silchyljeova Moniharapon, and Sjendry Loindong. "Bauran Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Grabfood (Study Pada Pengguna Jasa Grabfood Di Kota Manado Pada Masa Pandemi Covid-19)." *Jurnal EMBA* 9, no. 3 (July 2021).
- Wibowo, Marsha. "Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Kuliner Di Tanah Mas Semarang." *Skripsi*, 2021.
- Yuni Puspitaningrum and Aji Damanuri. "Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun." *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 2, no. 2 (2022).

