



# **Pengaruh Motivasi Usaha Dan Kemampuan Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi pada Pelaku UMKM Pedagang Daging dan Ayam Potong di Pasar Panorama Lembang)**

<sup>1</sup>Taupiq Zainul Mutaqin, <sup>2</sup>Deri Apriadi, S.E., M.E.

Universitas Kebangsaan Republik Indonesia  
Bandung, Indonesia

<sup>1</sup>thezm46@gmail.com, <sup>2</sup>deriukri08@gmail.com

\*Penulis Korespondensi

Diajukan : 99/xxx/9999

Diterima : 99/xxx/9999

Dipublikasi : 99/xxx/9999

## **ABSTRAK**

Pasar Panorama Lembang menjadi tempat penelitian yang dipilih oleh peneliti, Pasar Panorama Lembang menjadi salah satu pasar besar yang terletak di kecamatan Lembang, selain itu Pasar Panorama Lembang juga menjadi ruang terbuka bagi para pelaku UMKM atau Pedagang untuk menjual produk-produk mereka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Motivasi Usaha dan Kemampuan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha baik secara parsial maupun secara simultan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan asosiatif. Pada penelitian ini yang menjadi unit analisis adalah individu yaitu pelaku usaha UMKM Pedagang Daging dan Ayam Potong di Pasar Panorama Lembang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan pada pelaku UMKM Pedagang Daging dan Ayam Potong di Pasar Panorama Lembang, dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan Kemampuan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha pada pelaku UMKM Pedagang Daging dan Ayam Potong di Pasar Panorama Lembang, dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , secara simultan Motivasi Usaha dan Kemampuan Usaha berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha dilihat berdasarkan perhitungan nilai F hitung  $41,428 > F$  tabel 3,19 dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil nilai koefisiensi korelasi (multiple R) sebesar 0,799, menunjukkan korelasi antara variabel independen dan dependen sebesar 0,799. Nilai koefisiensi determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,638 hal ini berarti besarnya pengaruh Motivasi Usaha dan Kemampuan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha sebesar 63,8% dan sisanya sebesar 36,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

**Kata Kunci:** Motivasi Usaha, Kemampuan Usaha, Keberhasilan Usaha

## **I. PENDAHULUAN**

Kabupaten Bandung Barat adalah salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Barat yang umurnya masih terbilang belia. Wilayah ini merupakan pemekaran dari Kabupaten Bandung pada 2008. Kabupaten ini memiliki sekitar 1,4 juta penduduk. Pusat pemerintahannya berlokasi di Kecamatan Ngamprah yang terletak di jalur utama Bandung - Jakarta. Potensi paling terkenal dari Kabupaten Bandung Barat adalah Pariwisata. Banyak tujuan wisata populer di Kabupaten ini seperti Gunung Tangkuban Perahu, Gunung Burangrang, Curug Maribaya, Taman Begonia, Taman Hutan Lembang, Taman Hutan Djuanda, Curug Malela, Waduk Cirata, dan Waduk Saguling. (Di akses pada tanggal 16 oktober 2023 pukul 18:39 WIB, melalui <https://www.rumah.com>)



Kabupaten Bandung Barat terletak di Tengah Provinsi Jawa Barat. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Purwakarta dan Kabupaten Subang di sebelah barat dan utara, Kabupaten Bandung, Kabupaten Sumedang, dan Kota Cimahi di sebelah timur, Kota Bandung di sebelah selatan, serta Kabupaten Cianjur di sebelah barat Kabupaten yang memiliki luas wilayah 1.305,77 km<sup>2</sup>, bisa diakses dengan cukup mudah dari berbagai daerah. Misalnya dari arah Jabodetabek, bila menggunakan mobil pribadi bisa diakses melalui tol Cipularang. Bus tujuan Kabupaten Bandung Barat juga tersedia cukup banyak. (Di akses pada tanggal 16 oktober 2023 pukul 19:00 WIB, melalui <https://www.rumah.com>).

Keberhasilan yang ditargetkan oleh para pebisnis tidak akan lepas dari sebuah karakter kewirausahaan yang dimiliki ataupun yang masih dapat dikembangkan pada diri sendiri, yang mana akan diharapkan menumbuhkan sikap untuk dapat mengimplementasikan sistem informasi manajemen bisnis, menerima berbagai inovasi bisnis yang akan berdampak pada kinerja bisnisnya, dan diharapkan dapat mengatasi Munculnya masalah masalah seperti menjamurnya para pebisnis mikro yang mempunyai bisnis yang serupa ataupun banyaknya pebisnis yang tidak berhasil dalam jangka panjang. (Di akses pada tanggal 16 oktober 2023 pukul 19:10 WIB, melalui <https://www.pasundanekspres.com>)

Usaha Kecil Menengah menjadi faktor dari berkembangnya perkeekonomian, dimana pelaku usaha UKM ini menjadi penggerak atas sistem ekonomi di Indonesia untuk bersaing dengan produk lainnya. Jumlah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang eksis dan beroperasi di Kabupaten Bandung Barat (KBB) mencapai 40.000 orang. Namun sayang, produk mereka belum banyak yang diakomodir atau mendapatkan tempat untuk dipajang dan dijual di pasar modern di KBB. Untuk memiliki daya saing dan keberlanjutan usaha, UMKM harus merespon Perubahan inovasi teknologi yang cepat, fokus pada kepentingan jangka panjang, menghasilkan produk ramah lingkungan dan mengupayakan pelestarian Sumber Daya Alam, serta efisiensi penggunaan teknologi. Faktor-faktor pendukung keberlanjutan usaha perlu ditingkatkan pada aktivitas usaha untuk mendukung keberlanjutan usaha UMKM. UMKM yang memiliki potensi sangat besar salah satunya berada di kecamatan Lembang. (Di akses pada tanggal 16 oktober 2023 pukul 19:07 WIB, melalui <https://www.bandungbaratpos.com>)

Lembang adalah sebuah desa di kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat. Lembang juga merupakan daerah dataran tinggi yang tinggi yang terkenal di Indonesia. Per sensus tahun 2023, desa ini memiliki jumlah sekitar 16.347 penduduk. Lembang merupakan kota yang terkenal dengan tempat wisata, selain itu Lembang terkenal dengan banyaknya pusat perbelanjaan, terbukti dengan banyaknya pengunjung atau wisatawan dari berbagai daerah baik dalam maupun luar negeri yang datang ke daerah Lembang. Selain itu terbukti pula dengan banyaknya tempat-tempat perbelanjaan yang terkenal dan menjadi tujuan para wisatawan yang datang ke kota Lembang. (Di akses pada tanggal 16 oktober 2023 pukul 19:54 WIB, melalui <https://bandungbaratkab.go.id/>)

Pusat-pusat perbelanjaan yang ada di kota Lembang tentunya banyak di isi oleh pelaku-pelaku usaha UMKM, salah satu pusat perbelanjaan yang ada di Lembang yaitu Pasar Panorama Lembang yang dibangun atas bantuan dari pemerintahan setempat, ini menandakan bahwa perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di kota Lembang berkembang sangat pesat. Saat ini banyak pelaku-pelaku usaha yang terjun ke bidang usaha UMKM baik , itu terjadi kareitu dibidang makanan, pakaian, ataupun barang- barang lainnya melihat banyaknya kebutuhan pasar dengan banyaknya wisatawan-wisatawan yang datang ke tempat-tempat perbelanjaan di kota Lembang. (Di akses pada tanggal 16 oktober 2023 pukul 19:54 WIB, melalui <https://www.ayobandung.com>).

Pasar Panorama Lembang, Merupakan salah satu Pasar yang ada di Kabupaten Bandung Barat seain untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang ada di sekitar Lembang, juga merupakan salah satu icon. Pasar panorama Lembang terdapat beraneka ragam kebutuhan melai dari, buah-buahan, sayur-sayuran, pakaian, peralatan kebutuhan rumah tangga, alat-alat elektronik dan banyak lainnya, untuk memenuhi kebutuhan Masyarakat dan membantu para pelaku usaha UMKM di Lembang. (Di akses pada tanggal 31 oktober 2023 pukul 08:13 WIB, melalui <https://www.bangbara.com>).

Pasar Panorama Lembang, telah memberikan kontribusi yang besar bagi perekonomian bagi warga Lembang, dan terbukti dengan adanya UMKM yang berjualan di Pasar Panorama Lembang dapat mengurangi pengangguran di kota Bandung khususnya di Lembang. Salah satu sektor bisnis yang memiliki prospek bagus di Kecamatan Lembang adalah sektor perdagangan baik itu Makanan, kerajinan, dan yang lainnya, dimana semua berkumpul dalam satu lokasi penjualan yaitu Pasar Panorama Lembang. Lembang merupakan salah satu Kecamatan yang memiliki banyak pelaku usaha UMKM, dan dengan banyaknya pelaku usaha UMKM ini dapat berperan besar bagi pembangunan nasional sebagai penyedia lapangan pekerjaan, penghasil produk pangan dan non pangan, serta sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi. Apabila kinerja individu baik, maka kemungkinan besar kinerja perusahaan atau organisasi juga akan baik.

Lembang sampai saat ini banyak dikunjungi oleh wisatawan yang banyak berkunjung ke tempat perbelanjaan, salah satunya yaitu Pasar Panorama Lembang, banyak penjual yang menjual jajanan khas pinggir jalan, banyak juga berbagai pakaian yang dibutuhkan oleh pembeli semua kebutuhan yang diperlukan wisatawan dan Masyarakat sekitar semuanya tersedia di Pasar Panorama Lembang. Hal ini menjadi keuntungan tersendiri bagi pelaku usaha UMKM dapat menjual produk yang dijual kepada konsumen yang secara langsung datang ke pasar.

Dengan adanya Pasar Panorama Lembang ini sangat membantu pelaku UMKM yang berada di Lembang, hal ini menandakan pesatnya pertumbuhan UMKM di wilayah Lembang, ini dapat terjadi karena adanya penerapan Manajemen Kewirausahaan yang baik dan terstruktur. Hal ini diimbangi dengan dukungan dari Bupati Bandung Barat yang juga memberikan lahan khusus untuk pelaku usaha UMKM, sehingga mempermudah para pelaku usaha UMKM khususnya di Lembang untuk terus berkembang.

Wirausaha (*entrepreneurship*) merupakan cara alternatif yang dapat dilakukan untuk menciptakan lapangan kerja sendiri dan memberi lapangan pekerjaan untuk orang lain. Berwirausaha merupakan kegiatan jual beli barang dan jasa, kegiatan ini dapat dilakukan oleh seseorang yang disebut wirausaha (*entrepreneurship*) dengan menanamkan prinsip ekonomi dalam setiap kegiatan jual beli barang dan jasa.

Perspektif kewirausahaan ditinjau berdasarkan segi terminology menyatakan bahwa Manajemen sebagai proses atau kerangka kerja dengan mengarahkan kelompok atau orang-orang agar mencapai tujuan-tujuan organisasi. Proses tersebut terdiri dari pengetahuan tentang segala hal yang wajib dan perlu dilakukan, kemudian menjabarkan bagaimana cara menerapkannya, memberikan arahan bagaimana seharusnya mereka melakukan serta memberikan suatu ukuran yaitu efektif dan tidaknya semua yang telah dikerjakan.

Perspektif Kewirausahaan merupakan pelaksanaan suatu kegiatan sebagai profesi yang ditentukan oleh seorang Wirausaha seperti proses perencanaan, permulaan usaha, usaha menumbuhkan dan mengembangkan usaha yang inovatif yang berperan sebagai filosofi dan landasan kewirausahaan, hal ini sesuai dengan di kemukakan bahwa, "Kewirausahaan di anggap sebagai kekuatan penggerak ekonomi, memastikan pertumbuhan ekonomi, inovasi teknologi dan organisasi, dan tempat kerja baru. Kewirausahaan merupakan sebuah penilain, eksploitasi peluang akan produk dan jasa baru, layanan atau proses produksi; strategi baru dan bentuk organisasi dan pasar baru untuk produk dan input yang sebelumnya tidak ada. (Kurniawan Prambudi Utomo, 2021: 13-14)

Pengertian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Manajemen kewirausahaan merupakan suatu kerangka kinerja untuk memberikan suatu ukuran dalam sebuah pertumbuhan ekonomi dan juga sebagai penilaian dalam bentuk organisasi.

Keberhasilan Usaha Mikro dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pendidikan, pelatihan dan dukungan kelembagaan. Pendidikan dan pelatihan sangat penting bagi para pengusaha untuk memperoleh keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk menjalankan bisnis mereka dengan sukses. Pendidikan, pelatihan, dan pengembangan kewirausahaan formal direkomendasikan bagi para wirausahaan (Ezennia dan Muttambara, 2020:26).

Kelembagaan, seperti kebijakan dan strategi, memainkan peran penting dalam mempertahankan usaha mikro selama bencana. Keberhasilan Usaha pada hakikatnya adalah

keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba karena laba tujuan dari seseorang melakukan bisnis, (Farisani, 2022:29). (Svetlana 2018:17) keberhasilan Usaha artinya pencapaian suatu Tindakan dalam periode waktu tertentu atau dalam parameter yang ditentukan, atau juga dapat berarti menyelesaikan suatu tujuan atau mencapai suatu tujuan Dalam menyelesaikan dan mencapai suatu tujuan diperlukan adanya Motivasi dalam berwirausaha sebagai pendukung dari tujuan berwirausaha.

Perspektif Kewirausahaan atau *Entrepreneurship* berasal dari Bahasa Prancis *entreprendre* yang memiliki arti mengusahakan, istilah lainnya *Entreprendre* diterjemahkan dalam Bahasa Inggris adalah *entrepreneur* yang artinya pengusaha, wirausaha atau wiraswasta (Leibenstein dalam Kurniawan, 2021: 10) Makna Kewirausahaan sebagai suatu upaya untuk mendapatkan sebuah hasil didasarkan pada tahap pengenalan peluang usaha, pengelolaan dalam menghadapi resiko, dan melalui keterampilan penyampaian pesan untuk menggerakkan individu, uang, dan bahan baku yang dibutuhkan untuk memperoleh suatu proyek agar berjalan dengan tepat (Saiman dalam Kurniawan, 2021: 10)

Berdasarkan pengertian para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa Kewirausahaan pada dasarnya merupakan suatu tahap pengenalan usaha melalui keterampilan sikap dan perilaku yang dilakukan secara individu atau kelompok yang berguna untuk menjalankan usaha agar berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. Aspek penerapan Manajemen Kewirausahaan dalam pelaksanaan kegiatan UMKM, diperlukan adanya kemampuan usaha yang akan menjadi penggerak dari dalam untuk melakukan kegiatan untuk mencapai tujuan.

Kemampuan usaha merupakan Kumpulan kapasitas tertentu yang sesuai untuk memacu keberhasilan. Menurut Almaidah dan Endarwati (2019:25) kemampuan usaha merupakan kemampuan untuk melaksanakan atau menjalankan sebuah usaha yang berdasarkan pada keterampilan dan pengetahuan, dan kemampuan merupakan hasil dari Latihan atau peraktek. Kemampuan usaha ada dalam suatu individu untuk nantinya dapat menjalankan dan mengelola usaha dengan efektif dan efisien

Kemampuan usaha dipandang penting untuk pertumbuhan dan kepentingan usaha Peningkatan kemampuan berwirausaha dilakukan dalam rangka untuk mewujudkan keunggulan kompetitif untuk meraih keberhasilan usaha. Kemampuan usaha merupakan suatu kapasitas tertentu untuk memacu keberhasilan (Widjajani et al, 2021:33). Kemampuan usaha juga berkaitan erat dengan motivasi, kedua faktor ini sering kali bekerja sama untuk mencapai kesuksesan dalam bidang berwirausaha karena kemampuan usaha dan motivasi dapat saling mempengaruhi.

Motivasi pada dasarnya merupakan penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu yang ada di luar diri seseorang. Menurut (Evi Sirait 2022:13) Motivasi dapat didefinisikan sebagai kekuatan atau dorongan dalam diri seseorang yang mempengaruhi keputusannya untuk melaksanakan atau tidak melaksanakan suatu kegiatan, baik yang bersumber dari dalam diri individu itu sendiri atau yang disebut dengan motivasi intrinsik maupun dari luar individu atau motivasi ekstrinsik.

Prihartinta (2020:89), mendefinisikan bahwa Motivasi adalah gejala psikologis dalam bentuk dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu. Motivasi usaha merupakan suatu kerelaan untuk berusaha sebaik dan seoptimal mungkin agar dapat mencapai tujuan organisasi dimana dipengaruhi oleh kemampuan usaha dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan individu (Gemina dan Ginanjar, 2019:12). Motivasi adalah faktor kunci dalam berwirausaha, pentingnya motivasi dalam berwirausaha tidak dapat diabaikan, karena motivasi merupakan pendorong utama dibalik kesuksesan wirausahawan dan membantu mereka mengatasi rintangan, tetap fokus pada tujuan dan menciptakan perubahan positif dalam berwirausaha.

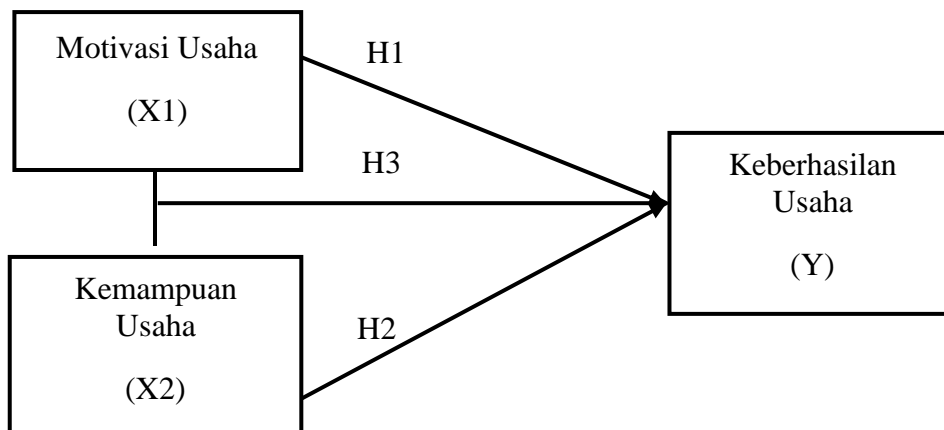
Disimpulkan bahwa Motivasi dalam berwirausaha yang ada pada pelaku usaha ataupun Masyarakat yang baru akan terjun berwirausaha adalah dorongan atau keinginan yang mendorong Pelaku usaha untuk berusaha, bekerja keras, dan mencapai tujuan tertentu dalam bisnis. Karena motivasi usaha merupakan faktor kunci dalam menentukan tingkat upaya dan dedikasi pelaku

usaha yang ingin menginvestasikan dalam mencapai tujuan mereka, karena motivasi datang dari berbagai sumber seperti hasrat untuk meraih kesuksesan.

Penjelasan diatas terdapat beberapa fenomena menarik yang berkaitan dengan Keberhasilan Usaha untuk diteliti menurut asumsi peneliti ini merupakan konteks yang berkaitan dengan Motivasi dan Kemampuan usaha pada Pelaku usaha UMKM yang ada di Pasar Panorama Lembang.

Peneliti mengamati dengan melakukan survey terhadap 50 UMKM yang ada di pasar panorama Lembang kabupaten Bandung Barat maka peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengambil judul “Pengaruh Motivasi Usaha dan Kemampuan Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Study Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Pedagang Daging dan Ayam Potong di Pasar Panorama Lembang”.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti menggambarkan paradigma penelitian sebagai berikut :



## II. STUDI LITERATUR

### 1. Motivasi Usaha

Vivin Oblivia Yunal dan Ratih Indriyani (2019:142) motivasi berwirausaha merupakan “daya penggerak/dorongan dalam diri yang menimbulkan semangat terhadap penciptaan suatu kegiatan/pekerjaan dengan melihat peluang yang ada disekitar, bertindak berani dalam mengambil resiko, melakukan kegiatan yang inovatif, serta memiliki orientasi terhadap laba”.

Prihartinta (2020:89), mendefinisikan bahwa Motivasi adalah gejala psikologis dalam bentuk dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu. Motivasi usaha merupakan suatu kerelaan untuk berusaha sebaik dan seoptimal mungkin agar dapat mencapai tujuan organisasi dimana dipengaruhi oleh kemampuan usaha dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan individu.

Faktor yang mempengaruhi Motivasi dalam berwirausaha merupakan dorongan kebutuhan untuk meningkatkan penghasilan keluarga, rasa tidak puas terhadap gaji, dan kebutuhan akan fleksibilitas dalam menjalankan tugas rumah tangga, yang meliputi kebutuhan dan kebebasan. Dalam Roger (2016: 33) mengungkapkan bahwa ada empat faktor yang mempengaruhi motivasi berwirausaha yaitu:

1. Imbalan ekstrinsik
2. Imbalan intrinsik
3. Kemandirian
4. Keamanan keluarga

## Dimensi dan Indikator Motivasi Usaha

Dimensi dan Indikator Modal Usaha Menurut Vivin Oblivia Yunal dan Ratih Indriyani (2019:145)

- 1) Dimensi
  - a) Dimensi Keuangan
  - b) Dimensi Sosial
  - c) Dimensi Pelayanan
  - d) Dimensi Pemenuhan Diri
- 2) Indikator
  - a) Berorientasi Tugas dan Hasil
  - b) Kemampuan Memimpin
  - c) Berorientasi ke Masa Depan
  - d) Keaslian
  - e) Percaya diri
  - f) Pengambil Resiko

## 2. Kemampuan Usaha

Henny Welsa (2018:30) Kemampuan usaha adalah kemampuan yang dimiliki suatu Perusahaan, yang merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan produktivitas, dalam artian sejauh mana suatu Perusahaan dapat mencapai hasil maksimal tergantung pada kemampuan yang dimiliki.

Kemampuan usaha merupakan Kumpulan kapasitas tertentu yang sesuai untuk memacu keberhasilan. Menurut Almaidah dan Endarwati (2019:30) kemampuan usaha merupakan kemampuan untuk melaksanakan atau menjalankan sebuah usaha yang berdasarkan pada keterampilan dan pengetahuan, dan kemampuan merupakan hasil dari Latihan atau peraktek. Kemampuan usaha ada dalam suatu individu untuk nantinya dapat menjalankan dan mengelola usaha dengan efektif dan efisien

Kemampuan usaha dipandang penting untuk pertumbuhan dan kepentingan usaha Peningkatan kemampuan berwirausaha dilakukan dalam rangka untuk mewujudkan keunggulan kompetitif untuk meraih keberhasilan usaha. Kemampuan usaha merupakan sustu kapasitas tertentu untuk memacu keberhasilan (Widjajani et al, 2021: 26). Kemampuan usaha juga berkaitan erat dengan motivasi, kedua faktor ini sering kali bekerja sama untuk mencapai kesuksesan dalam bidang berwirausaha karena kemampuan usaha dan motivasi dapat saling mempengaruhi.

### Dimensi dan Indikator Kemampuan Usaha

Dimensi dan Indikator Modal Usaha Menurut Henny Welsa (2018:33):

1. Dimensi
  - a. Dimensi Kemampuan Intelektual
  - b. Dimensi Kemampuan Fisik
2. Indikator
  - a. Pengetahuan
  - b. Sikap
  - c. Keterampilan

## 3. Keberhasilan Usaha

Pengertian Keberhasilan Usaha menurut Svetlana, (2018:30) keberhasilan usaha artinya pencapaian suatu Tindakan dalam periode tertentu atau dalam parameter yang ditentukan atau dapat juga berarti menyelesaikan suatu tujuan atau mencapai suatu tujuan.

Keberhasilan Usaha Mikro dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pendidikan, pelatihan dan dukungan kelembagaan. Pendidikan dan pelatihan sangat penting bagi para pengusaha untuk memperoleh keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk menjalankan bisnis mereka dengan sukses. Pendidikan, pelatihan, dan pengembangan kewirausahaan formal direkomendasikan bagi para wirausahaan (Ezennia dan Muttambara, 2020 30).

## Dimensi dan Indikator Keberhasilan Usaha Usaha

Dimensi dan Indikator Keberhasilan Usaha Menurut Svetlana, (2018:30)

1. Dimensi
  - a. Jumlah Tenaga Kerja
  - b. Volume Penjualan
  - c. Ketahanan Usaha
  - d. Pendapatan
2. Indikator
  - a. Produktivitas dan efisiensi
  - b. Daya saing
  - c. Terbangunnya Citra Baik
  - d. Kompetensi dan etika Usaha
  - e. Laba

### H-1 Pengaruh Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Joshua (Lurens dan Cliff Kohardinata 2020) dengan judul “Pengaruh Motivasi Usaha dan Kemampuan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha”. Berdasarkan uji parsial (uji t), variabel (X1) Motivasi Usaha berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel (Y) Keberhasilan Usaha, sehingga dapat ditarik kesimpulan hipotesis 1 yang diajukan dalam penelitian ini terbukti atau dapat diterima.

Berdasarkan hasil analisis penelitian sebelumnya peneliti mengajukan hipotesis penelitian H1 bahwa terdapat pengaruh secara positif Motivasi Usaha (X1) terhadap Keberhasilan Usaha (Y).

### H-2 Pengaruh Kemampuan Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Joshua Lurens dan Cliff Kohardinata 2020) dengan judul “Pengaruh Motivasi Usaha dan Kemampuan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha”. Berdasarkan uji parsial (uji t), variabel (X2) Kemampuan Usaha berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel (Y) Keberhasilan Usaha, sehingga dapat ditarik kesimpulan hipotesis 2 yang diajukan dalam penelitian ini terbukti atau dapat diterima.

Berdasarkan hasil analisis penelitian sebelumnya peneliti mengajukan hipotesis penelitian H2 bahwa terdapat pengaruh secara positif Kemampuan Usaha (X2) terhadap Keberhasilan Usaha (Y).

### H-3 Pengaruh Motivasi Usaha dan Kemampuan Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Joshua Lurens dan Cliff Kohardinata 2020) dengan judul “Pengaruh Motivasi Usaha dan Kemampuan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha”. Berdasarkan uji Simultan (uji F), variabel (X1) Motivasi Usaha dan (X2) Kemampuan Usaha berpengaruh secara simultan atau Bersama sama terhadap variabel (Y) Keberhasilan Usaha, sehingga dapat ditarik kesimpulan hipotesis ke 3 yang diajukan dalam penelitian ini terbukti atau dapat diterima.

Berdasarkan hasil analisis penelitian sebelumnya peneliti mengajukan hipotesis penelitian H3 bahwa terdapat pengaruh secara positif Motivasi Usaha (X1) Kemampuan Usaha (X2) terhadap Keberhasilan Usaha (Y).

## III. METODE

### 1. Desain Penelitian

Desain penelitian digunakan sebagai pedoman atau prosedur yang berguna sebagai panduan untuk membangun strategi yang menghasilkan metode penelitian. Menurut Sugiyono (2019: 37) menyatakan bahwa desain penelitian harus spesifik, jelas dan rinci, ditentukan secara mantap sejak awal, menjadi pegangan langkah demi langkah.

Pendekatan deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain (Sugiyono, 2019: 53). Pendekatan asosiatif merupakan suatu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2019: 44). Dalam penelitian ini pendekatan asosiatif digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel X (variabel bebas) yang terdiri atas Motivasi Usaha (X1) dan Kemampuan Usaha (X2) terhadap variabel Y (variabel terikat) yaitu Keberhasilan Usaha pelaku UMKM.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan aplikasi pengolahan data IBM SPSS 25 untuk menjelaskan variabel penelitian motivasi usaha, kemampuan usaha, dan keberhasilan usaha, pada pelaku usaha UMKM pedagang daging dan ayam potong di Pasar Panorama Lembang Kabupaten Bandung Barat. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret 2024- Juni 2024.

## 2. Populasi dan Sampel

Sugiyono (2019 : 126) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain, populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subjek yang dipelajari, tetapi juga meliputi seluruh karakteristik sifat yang dimiliki oleh subyek dan objek tersebut. (Menurut Sugiyono 2019:127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi karena semisial adanya keterbatasan pada dana, tenaga dan waktu, Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Menurut (Sugiyono 2019:135) terdapat dua teknik sampling yang dapat digunakan, yaitu *probability sampling* dan *non probability Sampling*.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM pedagang daging dan ayam potong di pasar panorama lembang Kabupaten Bandung Barat yang berjumlah 50 orang. Metode pengambilan sample menggunakan sampel jenuh, yaitu seluruh pelaku UMKM pedagang daging dan ayam potong di pasar panorama lembang menjadi objek sampel penelitian, seperti yang dijelaskan menurut (Sugiyono, 2019:137) Sampling total atau jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel dikarenakan jumlah populasi kurang dari 100 yaitu total dari pelaku UMKM pedagang daging dan ayam potong pasar panorama lembang sebanyak 50 pedagang. Pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan kuesioner, kuesioner merupakan teknik pengambilan data yang berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dan dibagikan secara langsung kepada responden melalui *google form*. Pembagian kuesioner penelitian diberikan kepada para responden yaitu pelaku UMKM pedagang daging dan ayam potong di pasar panorama lembang.

## 3. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2017:38)

Variable hanya keluar di penelitian kuantitatif, karena penelitian kuantitatif berpandangan bahwa suatu gejala dapat di klasifikasikan menjadi variable – variabel. secara teoritis variabel dapat di definisikan sebagai atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu. Jadi variabel pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian di Tarik kesimpulannya. Menurut hubungan antara suatu variabel-variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:

1. Variabel *Independent* (X1 dan X2)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai Variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat). Variabel independent pada penelitian ini adalah Motivasi Usaha (X1) dan Kemampuan Usaha (X2).

2. Variabel *Dependent* (Y)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria dan konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering di sebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi akibat, karena ada variabel bebas. Dalam penelitian variabel bebas yang digunakan Keberhasilan Usaha (Y).

#### 4. Teknik Analisis Data

Sugiyono (2019:206), analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.

a. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2019:53) pendekatan deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.

Mencari nilai bobot standar dilakukan dengan cara mencari panjang rentang bobot ketiga pengklasifikasian diatas. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$RS = \frac{B_{max} - B_{min}}{Bobot_{max}}$$

Keterangan :

RS : Rentang skala

Bmax : Bobot jawaban maximum (5) x Jumlah responden

Bmin : Bobot jawaban minimum (1) x Jumlah responden

b. Analisis Asosiatif

Menurut Sugiyono (2019:44) penelitian asosiatif merupakan satu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

1) Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel Modal Usaha (X1) dan Inovasi Produk (X2) terhadap Kinerja UMKM (Y) di Alun-alun Lembang. Sehingga persamaan regresi linear berganda menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Kinerja UMKM)

a = Bilangan konstanta

$\beta_1$  = Koefisien Regresi untuk variabel bebas

$\beta_2$  = Koefisien Regresi untuk variabel bebas

X1 = Variabel bebas (Modal Usaha)

X2 = Variabel bebas (Inovasi Produk)

e = Kesalahan (*Error*)

Dalam analisis uji regresi linear berganda peneliti menggunakan bantuan program aplikasi SPSS Version 25.0 untuk mempermudah perhitungan.

## 2) Uji Parsial (Uji T)

Uji t (t-test) menurut Imam Ghazali (2016:123) adalah metode statistik untuk membandingkan rata-rata dua kelompok yang independen atau membandingkan rata-rata satu kelompok dengan nilai yang diharapkan. Uji t sangat berguna dalam membandingkan pengaruh atau perbedaan antara dua kelompok atau dalam mengevaluasi apakah rata-rata sampel yang diuji berada secara signifikan dari nilai yang diharapkan.

Berdasarkan kriteria pengujian uji-t sebagai berikut:

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha = 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh antara Motivasi Usaha dan Kemampuan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha.
2. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada  $\alpha = 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara Motivasi Usaha dan Kemampuan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha.

## 3) Uji Simultan (Uji F)

Uji f juga dikenal sebagai analisis varians (ANOVA) adalah metode statistik yang digunakan untuk membandingkan rata-rata antara tiga kelompok atau lebih. Uji f memungkinkan kita untuk menentukan apakah terdapat perbedaan signifikan antara kelompok-kelompok tersebut. Uji F didasarkan pada perbandingan variabel antara kelompok dengan variabel di dalam kelompok. Uji ini mengasumsikan bahwa data di setiap kelompok berdistribusi secara normal dan memiliki varian yang sama (Imam Ghazali, 2016:121).

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Analisis Deskriptif

#### a. Hasil Analisis Deskriptif Teknologi Informasi (X1)

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif Motivasi Usaha (X1)

| Indikator                     | Frekuensi & Bobot Pada Alternatif Jawaban |    |       |    |        |    |        |    |         |   | Bobot Aktual | Bobot Ideal | Persentase (%) |
|-------------------------------|---|----|-------|----|--------|----|--------|----|---------|---|--------------|-------------|----------------|
|                               | SS (5)                                    |    | S (4) |    | RR (3) |    | TS (2) |    | STS (1) |   |              |             |                |
|                               | F   | B  | F     | B  | F      | B  | F      | B  | F       | B |              |             |                |
| Berani Mengambil Resiko X1.1  | 2   | 10 | 7     | 28 | 15     | 45 | 25     | 50 | 1       | 1 | 134          | 250         | 53,6%          |
| Terampil dalam Mengelola X1.2 | 2   | 10 | 17    | 68 | 16     | 48 | 14     | 28 | 1       | 1 | 155          | 250         | 62%            |
| Strategi Jangka Panjang X1.3  | 4   | 20 | 9     | 36 | 16     | 48 | 18     | 36 | 3       | 3 | 143          | 250         | 57,2%          |
| Memanfaatkan Peluang X1.4     | 1   | 5  | 16    | 64 | 17     | 51 | 11     | 22 | 5       | 5 | 147          | 250         | 58,8%          |
| Pengembangan Produk X1.5      | 7   | 35 | 23    | 92 | 9      | 27 | 9      | 18 | 2       | 2 | 174          | 250         | 69,6%          |
| Fokus Membangun Merek X1.6    | 4   | 20 | 22    | 88 | 12     | 36 | 10     | 20 | 2       | 2 | 166          | 250         | 66,4%          |

|   |    |    |    |    |    |    |    |    |   |   |       |       |        |
|---|----|----|----|----|----|----|----|----|---|---|-------|-------|--------|
| Inovasi Meningkatkan Produk X1.7                    | 10 | 50 | 19 | 76 | 10 | 30 | 9  | 18 | 2 | 2 | 176   | 250   | 70,4%  |
| Membina Hubungan Bisnis X1.8                        | 6  | 30 | 12 | 48 | 17 | 51 | 14 | 28 | 1 | 1 | 158   | 250   | 63,2%  |
| Mengambil Resiko Bisnis X1.9                        | 7  | 35 | 22 | 88 | 8  | 24 | 9  | 18 | 4 | 4 | 169   | 250   | 67,6%  |
| Mencapai hasil lebih besar X1.10                    | 2  | 10 | 13 | 52 | 16 | 48 | 14 | 28 | 5 | 5 | 143   | 250   | 57,2%  |
| Jumlah Bobot Aktual Pada Variabel Motivasi Usaha    |    |    |    |    |    |    |    |    |   |   | 1.565 | 2.500 | 62,60% |
| Rata-Rata Bobot Aktual Pada Variabel Motivasi Usaha |    |    |    |    |    |    |    |    |   |   | 156,5 | 250   |        |

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2024)

Pada tabel 1 diatas, bisa dilihat hasil pengukuran secara deksriptif variabel Motivasi Usaha (X1). Dimana hasil rata – rata yang didapat adalah 1,565 atau 62,60%. Apabila merujuk pda tabel kategori penilaian, 156,5 berada diantara interval 131 – 170 dengan kriteria cukup.

## b. Hasil Analisis Deskriptif Adiksi *Smartphone* (X2)

**Tabel 2. Hasil Analisis Deskriptif Kemampuan Usaha (X2)**

| Indikator                             | Frekuensi & Bobot Pada Alternatif Jawaban |    |       |    |        |    |        |    |         |   | Bobot Aktual | Bobot Ideal | Persentase (%) |
|---------------------------------------|---|----|-------|----|--------|----|--------|----|---------|---|--------------|-------------|----------------|
|                                       | SS (5)                                    |    | S (4) |    | RR (3) |    | TS (2) |    | STS (1) |   |              |             |                |
|                                       | F   | B  | F     | B  | F      | B  | F      | B  | F       | B |              |             |                |
| Memahami Kebutuhan Pelanggan X2.1     | 3   | 15 | 8     | 32 | 15     | 45 | 22     | 44 | 2       | 2 | 138          | 250         | 55,2%          |
| Memahami Kebijakan Industry X2.2      | 1   | 5  | 15    | 60 | 18     | 54 | 15     | 30 | 1       | 1 | 150          | 250         | 60%            |
| Merancang Strategi Pemasaran X2.3     | 4   | 20 | 8     | 32 | 13     | 39 | 22     | 44 | 3       | 3 | 138          | 250         | 55,2%          |
| Memasarkan Produk dengan Efektif X2.4 | 4   | 20 | 18    | 72 | 16     | 48 | 11     | 22 | 1       | 1 | 163          | 250         | 65,2%          |
| Sabar menghadapi Tantangan X2.5       | 5   | 25 | 22    | 88 | 9      | 27 | 11     | 22 | 3       | 3 | 165          | 250         | 66,0%          |
| Berani mengambil Keputusan X2.6       | 7   | 35 | 20    | 80 | 10     | 30 | 12     | 24 | 1       | 1 | 170          | 250         | 68,0%          |
| Kerja sama dengan Mitra Bisnis X2.7   | 8   | 40 | 17    | 68 | 10     | 30 | 13     | 26 | 2       | 2 | 166          | 250         | 66,4%          |

|  |   |    |    |    |    |    |    |    |   |   |       |       |        |
|--|---|----|----|----|----|----|----|----|---|---|-------|-------|--------|
| Menciptakan Lingkungan yang Produktif X2.8           | 4 | 20 | 18 | 72 | 17 | 51 | 11 | 22 | 0 | 0 | 165   | 250   | 66,0%  |
| Keterampilan Bernegosiasi X2.9                       | 6 | 30 | 22 | 88 | 7  | 21 | 13 | 26 | 2 | 2 | 167   | 250   | 66,8%  |
| Menjalinkan Kerjasama Bisnis X2.10                   | 7 | 35 | 18 | 72 | 14 | 42 | 10 | 20 | 1 | 1 | 170   | 250   | 68,0%  |
| Jumlah Bobot Aktual Pada Variabel Kemampuan Usaha    |   |    |    |    |    |    |    |    |   |   | 1.592 | 2.500 | 63,68% |
| Rata-Rata Bobot Aktual Pada Variabel Kemampuan Usaha |   |    |    |    |    |    |    |    |   |   | 159,2 | 250   |        |

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2024)

Pada tabel 2 diatas, bisa dilihat hasil pengukuran secara deskriptif variabel Kemampuan Usaha (X2). Dimana hasil rata – rata yang didapat adalah 1,592 atau 63,68%. Apabila merujuk pada tabel kategori penilaian, 159,2 berada diantara interval 131 – 170 dengan kriteria cukup.

### c. Hasil Analisis Deskriptif Produktivitas (Y)

Tabel 3. Hasil Analisis Deskriptif Kemampuan Usaha (Y)

| Indikator  | Frekuensi & Bobot Pada Alternatif Jawaban |    |       |     |        |    |        |   |         |   | Bobot Aktual | Bobot Ideal | Persentase (%) |
|--|---|----|-------|-----|--------|----|--------|---|---------|---|--------------|-------------|----------------|
|  | SS (5)                                    |    | S (4) |     | RR (3) |    | TS (2) |   | STS (1) |   |              |             |                |
|  | F   | B  | F     | B   | F      | B  | F      | B | F       | B |              |             |                |
| Menyusun Jadwal Kerja Y.1                            | 13  | 65 | 33    | 132 | 4      | 12 | 0      | 0 | 0       | 0 | 209          | 250         | 83,6%          |
| Menetapkan Tujuan Y.2                                | 8   | 40 | 37    | 148 | 5      | 15 | 0      | 0 | 0       | 0 | 203          | 250         | 81,2%          |
| Membangun Merek Y.3                                  | 13  | 65 | 26    | 104 | 11     | 33 | 0      | 0 | 0       | 0 | 202          | 250         | 80,8%          |
| Meningkatkan Produktivitas Y.4                       | 17  | 85 | 26    | 104 | 7      | 21 | 0      | 0 | 0       | 0 | 210          | 250         | 84,0%          |
| Menjaga kualitas Y.5                                 | 17  | 85 | 25    | 100 | 8      | 24 | 0      | 0 | 0       | 0 | 209          | 250         | 83,6%          |
| Membangun hubungan Baik Y.6                          | 15  | 75 | 28    | 112 | 7      | 21 | 0      | 0 | 0       | 0 | 208          | 250         | 83,2%          |
| Menetapkan Etika Bisnis Y.7                          | 11  | 55 | 28    | 112 | 11     | 33 | 0      | 0 | 0       | 0 | 200          | 250         | 80,0%          |
| Transparansi Y.8                                     | 11  | 55 | 32    | 128 | 7      | 21 | 0      | 0 | 0       | 0 | 204          | 250         | 81,6%          |
| Meningkatkan Laba Y.9                                | 5   | 25 | 33    | 132 | 12     | 36 | 0      | 0 | 0       | 0 | 193          | 250         | 77,2%          |
| Pengembangan dan Inovasi Y.10                        | 10  | 50 | 33    | 132 | 7      | 21 | 0      | 0 | 0       | 0 | 203          | 250         | 81,2%          |
| Jumlah Bobot Aktual Pada Variabel Keberhasilan Usaha |   |    |       |     |        |    |        |   |         |   | 2.041        | 2.500       | 81,64%         |

|   |       |     |  |
|---|-------|-----|--|
| Rata-Rata Bobot Aktual Pada Variabel Keberhasilan Usaha | 204,1 | 250 |  |
|---|-------|-----|--|

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2024)

Pada tabel 3 diatas, bisa dilihat hasil pengukuran secara deksriptif variabel Keberhasilan Usaha (Y). Dimana hasil rata – rata yang didapat adalah 2,041 atau 81,64%. Apabila merujuk pda tabel kategori penilaian, 204,1 berada diantara interval 171 – 210 dengan kriteria Baik.

## 2. Hasil Analisis Asosiatif

### a. Hasil Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk mengukur tentang Teknologi Informasi (X1) dan Adiksi *Smartphone* (X2) terhadap Produktivitas (Y). Hasil analisis regresi linear berganda yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS versi 26 sebagai berikut :

**Tabel 4. Analisis Regresi Linear Berganda**

| Coefficients <sup>a</sup> |                    |                             |            |                           |       |      |                         |       |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model                     |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|                           |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1                         | (Constant)         | 8,883                       | 3,444      |                           | 2.579 | .013 |                         |       |
|                           | Motivasi Usaha X1  | ,231                        | ,117       | .256                      | 1.980 | .054 | .460                    | 2.176 |
|                           | Kemampuan Usaha X2 | ,556                        | ,122       | .591                      | 4.567 | .000 | .460                    | 2.176 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil *Output Software IBM SPSS 25* (2024)

Tabel 4 di atas menunjukkan, hasil analisis regresi linear berganda maka diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 8,883 + 0,231 + 0,556$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai *constant* sebesar 8,883 menunjukkan bahwa jika variabel Motivasi Usaha dan Kemampuan Usaha sama dengan nol maka keberhasilan usaha UMKM bernilai 8,883 data asumsi.
2. Koefisien regresi Motivasi usaha sebesar 0,231 menunjukkan bahwa apabila motivasi usaha mengalami peningkatan, maka keberhasilan usaha UMKM akan meningkat sebesar 0,231
3. Koefisien regresi kemampuan Usaha sebesar 0,556 menunjukkan bahwa apabila Kemampuan Usaha mengalami peningkatan, maka keberhasilan Usaha UMKM akan meningkat sebesar 0,556.

### b. Hasil Uji Parsial (t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing (parsial) variabel independent yaitu Motivasi Usaha (X1) dan Kemampuan Usaha (X2) terhadap variabel dependen yaitu keberhasilan Usaha (Y), diperoleh berdasarkan hasil perhitungan sistem SPSS Versi 25.

**Tabel 5. Hasil Uji Parsial dan Korelasi Variabel Motivasi Usaha**

| Correlations        |    |       |       |       |
|---------------------|----|-------|-------|-------|
|                     |    | Y     | X1    | X2    |
| Pearson Correlation | Y  | 1.000 | .691  | .780  |
|                     | X1 | .691  | 1.000 | .735  |
|                     | X2 | .780  | .735  | 1.000 |
| Sig. (1-tailed)     | Y  | .     | .000  | .000  |
|                     | X1 | .000  | .     | .000  |
|                     | X2 | .000  | .000  | .     |
| N                   | Y  | 50    | 50    | 50    |
|                     | X1 | 50    | 50    | 50    |
|                     | X2 | 50    | 50    | 50    |

Sumber : Hasil *Output Software IBM SPSS 25 (2024)*

Tabel 5 diatas menunjukkan hasil analisis untuk variabel Motivasi Usaha (X1) terhadap Keberhasilan Usaha (Y), memperoleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai thitung  $1,980 > t$  tabel  $1,675$  sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Motivasi Usaha (X1) terhadap Keberhasilan Usaha (Y).

Nilai *Standardized Coefficients beta* untuk Motivasi Usaha sebesar  $0,256$  dan koefisien *zero order X1* terhadap Y pada tabel di atas adalah  $0,691$  maka selanjutnya menghitung pengaruh langsung pengaruh Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha yaitu:

$$= 0,256 \times 0,691$$

$$= 0,176$$

Jadi, besaran pengaruh Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha adalah sebesar  $0,176$  atau  $17,6\%$ .

### c. Hasil Uji Simultan (f)

Analisis Pengaruh Motivasi Usaha (X1) dan Kemampuan Usaha (X2) Terhadap Keberhasilan Usaha (Y) Pada pelaku Usaha Pedagang Daging dan Ayam Potong di Pasar Panorama Lembang. Diperoleh hasil perhitungan system SPSS versi 25 sebagai berikut:

**Tabel 6. Hasil Uji Simultan**

| ANOVA <sup>a</sup>   |            |                |    |             |        |                   |
|--|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model  |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1  | Regression | 552.508        | 2  | 276.254     | 41.428 | .000 <sup>b</sup> |
|  | Residual   | 313.412        | 47 | 6.668       |        |                   |
|  | Total      | 865.920        | 49 |             |        |                   |
| a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)                        |            |                |    |             |        |                   |
| b. Predictors: (Constant), Kemampuan Usaha (X2), Motivasi Usaha (X1) |            |                |    |             |        |                   |

Sumber : Hasil *Output Software IBM SPSS 25 (2024)*

Berdasarkan Tabel diatas, diketahui F hitung sebesar  $41,428$  dengan nilai signifikansi  $0,000$  sedangkan nilai F tabel dengan tingkat kesalahan  $5\%$  dengan derajat Df (N1) =  $k-1 = 3-1 = 2$  dan Df (N2) =  $n - k = 50 - 2 = 48$ , dari tabel distribusi F dari mana diperoleh  $3,19$ .

**Tabel 7. Hasil Kesimpulan Pengujian Secara Simultan**

| Nilai $F_{hitung}$ | Nilai $F_{tabel}$ | Kesimpulan |
|--------------------|-------------------|------------|
| 41.428             | 3,19              | Signifikan |

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan tabel diatas, nilai  $F_{hitung}$  41.428 >  $F_{tabel}$  3,19. Nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa Motivasi Usaha (X1) dan Kemampuan Usaha (X2) terdapat pengaruh simultan terhadap Keberhasilan Usaha (Y) pada Pelaku UMKM di Pasar Panorama Lembang.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh simultan Motivasi Usaha (X1) dan Kemampuan Usaha (X2) terhadap Keberhasilan Usaha (Y) adalah dengan menjumlahkan koefisien determinasi parsial pengaruh Motivasi Usaha (X1) terhadap Keberhasilan Usaha (Y) dan pengaruh Kemampuan Usaha (X2) terhadap Keberhasilan Usaha (Y) yang berada pada tabel sebelumnya:

$$0,256 \times 0,691 = 0,176$$

$$0,591 \times 0,780 = 0,460 \quad +$$

**Jumlah = 0,636**

Jadi pengaruh Motivasi Usaha dan Kemampuan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha adalah sebesar 0,636 atau 63,6%.

## V. KESIMPULAN

Kesimpulan berdasarkan penelitian serta pembahasan mengenai pengaruh Motivasi Usaha dan Kemampuan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha pada pelaku UMKM Pedagang Daging dan Ayam Potong di Pasar Panorama Lembang, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Motivasi Usaha (X1) pada pelaku UMKM Pedagang Daging dan Ayam Potong di Pasar Panorama Lembang diperoleh hasil rata – rata bobot aktual sebesar 156,5 atau 62,60% dimana nilai ini termasuk interval 131-170 yang termasuk pada kategori cukup.
2. Kemampuan Usaha (X2) pada pelaku UMKM Pedagang Daging dan Ayam Potong di Pasar Panorama Lembang diperoleh hasil rata – rata bobot aktual sebesar 159,2 atau 63,68% dimana nilai ini termasuk interval 131-170 yang termasuk pada kategori cukup.
3. Keberhasilan Usaha (Y) pada pelaku UMKM Pedagang Daging dan Ayam Potong di Pasar Panorama Lembang diperoleh hasil rata – rata bobot aktual sebesar 204,1 atau 81,64% dimana nilai ini termasuk interval 171-210 yang termasuk pada kategori Baik
4. Terdapat pengaruh Motivasi Usaha (X1) terhadap Keberhasilan Usaha (Y) pada pelaku UMKM Pedagang Daging dan Ayam Potong di Pasar Panorama Lembang, hal ini dapat dilihat berdasarkan perhitungan nilai memperoleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $1,980 > t$  tabel  $1,675$  hasil koefisien determinasi secara parsial memberikan pengaruh sebesar 0,176 atau 17,6%.
5. Terdapat pengaruh Kemampuan Usaha (X2) terhadap Keberhasilan Usaha (Y) pada pelaku UMKM Pedagang Daging dan Ayam Potong di Pasar Panorama Lembang, hal ini dapat dilihat berdasarkan perhitungan nilai memperoleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $4,567 > t$  tabel  $1,675$  hasil koefisien determinasi secara parsial memberikan pengaruh sebesar 0,460 atau 46,0%.
6. Terdapat pengaruh Motivasi Usaha (X1) dan Kemampuan Usaha (X2) terhadap Keberhasilan Usaha (Y) pada pelaku UMKM Pedagang Daging dan Ayam Potong di Pasar Panorama Lembang, hal ini dapat dilihat berdasarkan perhitungan nilai  $F$  hitung  $41,428 > F$  tabel  $3,19$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  hasil nilai korelasi (multiple R) sebesar 0,799. menunjukkan korelasi antara variabel independen dan dependen sebesar. nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,638 hal ini berarti besarnya pengaruh Motivasi



Usaha (X1) dan Kemampuan Usaha (X2) terhadap Keberhasilan Usaha (Y) sebesar 63,6% dan sisanya sebesar 36,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

## VI. REFERENSI

### Buku :

- Afandi. (2018). . *Manajemen Sumber Daya Manusia a (Teori, Konsep dan Indikator)*. Yogyakarta: Nusa Media.
- Alifia F Isye, D. J. Jojok (2019). Pengaruh Kemandirian Berwirausaha dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Dusun Beton Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan). *Jurnal Bisnis Indonesia, Vol. 10 No. 2*, 154.
- Alkaf, F. T. (2019). *PENGANTAR KEWIRAUSAHAAN*.
- Alkaf, F. T. (2020). *Fungsi dan Model Kewirausahaan*.
- Dr. Muhammad Rifa'i, M. H. (2022). *KEWIRAUSAHAAN DAN MANAJEMEN USAHA KECIL*. Medan: PERDANA PUBLISHING
- Dr. Mulyadi dan Widi Winarso. (2020). *PENGANTAR MANAJEMEN*. Purwokerto: CV. Pena Persada.
- Fatima Tuzzahara Alkaf (2020). *Pengantar Kewirausahaan*. Bekasi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Haryoko, P. S. (2021). *Membangun Kewirausahaan Berbasis Inovasi dan Teknologi Informasi*. Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendikia Indonesia.
- I Made Indra (2021). *Pengantar Manajemen Risiko*. Yogyakarta: CV. Tahta Media Grup
- Imam Ghazali . (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Bandung: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kurnia Dewi, Hasanah Yuspita, Airine Yulianda. (2020). *MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN*. Sleman: CV. BUDI UTAMA.
- Muhammad Hasan (2020). *Pengantar Manajemen* . Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Prof. Dr. H. Suwatno, M. (2021). *MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN*. Jakarta: PRENADAMEDIA GRUP.
- Robbins. (2016). *Perilaku Organisasi*. Klaten: PT. Intan Sejati.
- Salim Al Idrus, M. (2019). *MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN*. Malang: Media Nusa Creative.
- Sardiman. (2018). *Interaksi dan Motivasi Belajar Berwirausaha*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. . Bandung: Alfabet.
- Suryana. (2014). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Kesuksesan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Syariati, H. (2022). *Kewirausahaan*. Sulawesi Selatan: Pusaka Almailda.
- Tambunan, T. T. (2017). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Bogor: Ghalia Indonesia.



Utomo, K. P. (2021). *Dassar Manajemen dan KEWIRAUSAHAAN*. Kabupaten Bandung: Grup CV.Widina Media Utama.

## Jurnal :

Almaidah, S. &. (2019). Analisis Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal, Motivasi, Pengalaman, dan Kemampuan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha pada UKM Penghasil Mete di Kabupaten Wonogiri. *Seminar Nasional Edusainstek FMIPA UNIMMUS*, 25.

Ardiyanti, D. A. (2019). Pengaruh Minat Usaha dan Motivasi Usaha terhadap . *JURNAL SAMUDRA EKONOMI DAN BISNIS*, 168-178.

Ezennia, J. C. & Mutambara, E (2020). Entrepreneurial innovation factors influencing African immigrant-owned micro businesses in Durban, South Africa. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 26.

Farisani, T. R. (2022). Assessing the impact of policies in sustaining rural small, medium and micro enterprises during. *entrepreneurship and small Business Management*, 14.

Gemina, D. & Ginanjar, A. (2019). Kinerja usaha miro kecil menengah makanan Kabupaten Cianjur berbasis komitmen, kompetensi dan motivasi usaha. *Jurnal Visionida, Vol. 5, No.2, pp*, 12.

Hari Winarto (2019). Pengaruh Pengetahuan Produk Persepsi Resiko Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Layanan Go Pay Pada Pelanggan Go Jek. *Majalah Ilmiah Manajemen Dan Bisnis 17, No.1*, 20

Heni Welsa . (2018). Kualitas dan Desain Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan dan Minat beli Konsumen (Studi Kasus Baju Dagadu. *Upajiwa Dewantara VOL. 2 NO. 2.*, 16.

Kristiana, K. W. (2019). PENGARUH MOTIVASI DAN PENGETAHUAN USAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA UMKM DIMODERASI KEMAMPUAN USAHA (STUDI KASUS UMKM DI KELURAHAN TLOGOSARI KULON SEMARANG. 1-21.

Kurniawan. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Home Industri Produk Pakaian Sablon & Bordir). *Jurnal Pemasaran*, 10

Laurens, J. (2020). PENGARUH MOTIVASI DAN KEMAMPUAN USAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA STARTUP MAKANAN DI SURABAYA. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 224-232.

Mulyani et al. (2018). Pengaruh corporate governance terhadap tax avoidance (Perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI) . *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Airlangga*, 16

Prihartinta, T. (2020). Pengaruh Komunikasi dan Konflik Terhadap Kinerja Karyawan Tenaga Kependidikan Politeknik Negeri Madiun. *Epicheirisi. Vol. 1 No. 1.*, 89.

Roger. (2016). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha. *InternationLabour Office, 1*, 33.



Saputra. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *JOM FISIP Vol. 5: Edisi II*, 19.

Sirait, E. (2022). PENGARUH MODAL USAHA DAN PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MOTIVASIBERWIRAUSAHA MAHASISWA KEMARITIMAN DI MASA PENDEMI COVID-19. *INTELEKTIVA-VOL 3*, 13.

Vivin Oblivia Yunal dan Ratih Indriyani. (2019). ,Analisa Pengaruh Motivasi Berwirausaha Dan Inovasi Produk Terhadap Pertumbuhan Usaha Kerajinan Gerabah Di Lombok Barat. *Agora Vol. 1, No. 1*, 142.

Wati, L. (2021). Pengaruh motivasi terhadap keberhasilan usaha para pedagangdi Pasar Parit di Kuala Tungkal Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 41-54.

Widjajani, S. (2021). Peran karakteristik wirausahawan dan kemampuan usaha terhadapkeberhasilan usaha di masa pandemi. *Jurnal Marananta Manajemen*, 25-34.

**Sumber lain:**

Arsip Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bandung Barat