

**PENGARUH MOTIVASI BERWIRAUSAHA DAN KEUNGGULAN
BERSAING TERHADAP KEBERHASILAN USAHA
(Studi Kasus Pada Toko Busana di Pasar Blok B Kota Langsa)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

NOER ZAINORA

NIM. 4012018122

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

LANGSA

2022

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

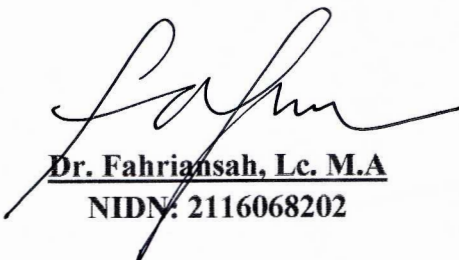
**PENGARUH MOTIVASI BERWIRAUSAHA DAN KEUNGGULAN
BERSAING TERHADAP KEBERHASILAN USAHA
(Studi Kasus Pada Toko Busana di Pasar Blok B Kota Langsa)**

**NOER ZAINORA
NIM 4012018122**

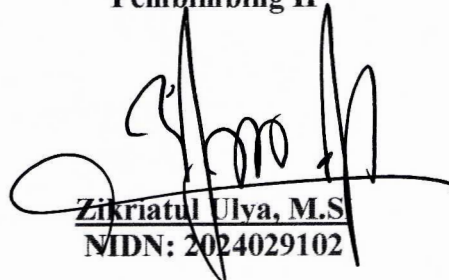
Dapat disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Perbankan Syariah

Langsa, 14 Juni 2022

Pembimbing I

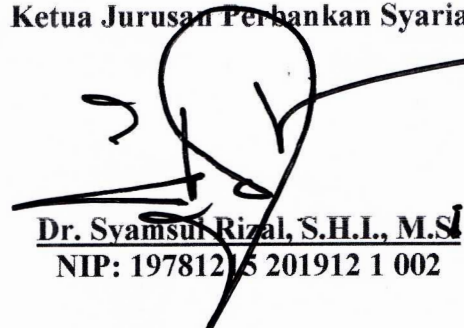

**Dr. Fahriansah, Lc. M.A
NIDN: 2116068202**

Pembimbing II


**Zikriatul Ulya, M.S
NIDN: 2024029102**

Mengetahui:

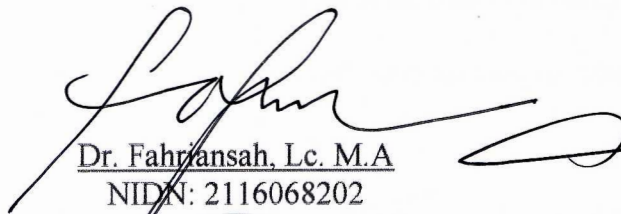
Ketua Jurusan Perbankan Syariah


**Dr. Syamsul Rizal, S.H.I., M.S
NIP: 19781215 201912 1 002**

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Motivasi Berwirausaha Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Toko Busana di Pasar Blok B Kota Langsa)", an. Noer Zainora, NIM 4012018122 Program Studi Perbankan Syariah telah di Munaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada Tanggal 14 Juni 2022. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

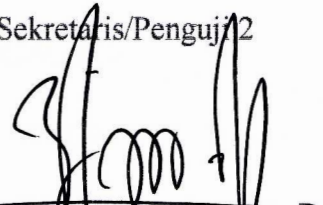
Langsa, 14 Juni 2022
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Perbankan Syariah IAIN Langsa

Ketua/Penguji 1

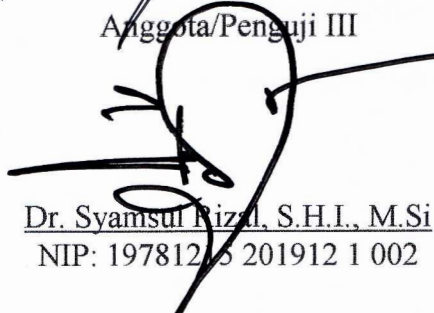


Dr. Fahransah, Lc. M.A
NIDN: 2116068202
Anggota/Penguji III

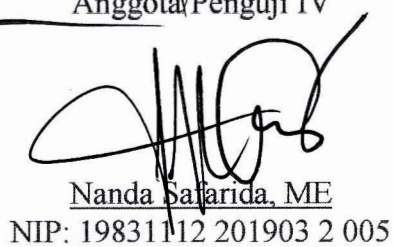
Sekretaris/Penguj/2



Zikriatul Ulya, M.Si
NIDN: 2024029102
Anggota/Penguj/IV



Dr. Syamsul Rizal, S.H.I., M.Si
NIP: 19781215 201912 1 002



Nanda Safarida, ME
NIP: 19831112 201903 2 005



Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Langsa



Dr. Iskandar, M.CL

NIP 19650616 199503 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Noer Zainora
NIM : 4012018122
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Toko Busana di Pasar Blok B Kota Langsa).

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa seluruh isi skripsi ini merupakan karya saya sendiri, kecuali kutipan yang disebutkan sumbernya dalam notasi.

Jika kemudian hari didapati ini bukan karya asli saya, maka saya siap menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Langsa, Januari 2022
Hormat saya,



Noer Zainora

Motto

*Berpikir positif tidak peduli
Seberapa keras kehidupanmu*

Ali bin Abi Thalib

ABSTRAK

Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha pada usaha pakaian di Blok B Kota Langsa. Penelitian ini menggunakan data primer yang bersumber kuesioner penelitian dengan sampel sebanyak 50 orang responden. Metode analisis data menggunakan persamaan regresi linier berganda, uji t, uji F dan uji koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian diperoleh motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha pedagang pakaian di Blok B Kota Langsa yang diketahui dari persamaan regresi linier berganda $Y = 13,556 + 0,543X_1 + 0,287X_2$. Hasil uji t diketahui motivasi berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Kemudian hasil uji F, secara simultan motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh 69,3% motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing mampu menjelaskan variabel dependen keberhasilan usaha dan sebesar 30,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Motivasi Berwirausaha, Keunggulan Bersaing dan Keberhasilan Usaha

ABSTRACT

The research was conducted with the aim of knowing the effect of entrepreneurial motivation and competitive advantage on business success in the clothing business in Block B, Langsa City. This study uses primary data sourced from research questionnaires with a sample of 50 respondents. Methods of data analysis using multiple linear regression equation, t test, F test and test the coefficient of determination (R^2). The results of the study obtained that entrepreneurial motivation and competitive advantage have a positive effect on the success of the clothing merchant business in Block B, Langsa City, which is known from the multiple linear regression equation $Y = 13.556 + 0.543X_1 + 0.287X_2$. The results of the t test show that entrepreneurial motivation has a significant effect on business success. Competitive advantage has a significant effect on business success. Then the results of the F test, simultaneously entrepreneurial motivation and competitive advantage have a significant effect on business success. The results of the coefficient of determination (R^2) showed that 69.3% entrepreneurial motivation and competitive advantage were able to explain the dependent variable of business success and 30.7% was explained by other variables not included in this study.

Keywords: Entrepreneurial Motivation, Competitive Advantage and Business Success

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Yang senantiasa mencurahkan dan melimpahkan kasih sayang-Nya kepada hamba-Nya dan dengan hidayah-Nya jualah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Salawat dan Salam kepada Rasulullah Muhammad SAW. yang merupakan rahmatan Lil Alamin yang mengeluarkan manusia dari zaman jahiliyah, menuju zaman peradaban yang islami. Semoga jalan yang dirintis beliau tetap menjadi obor penerang bagi perjalanan hidup manusia, sehingga ia selamat dunia akhirat. Skripsi dengan judul “PENGARUH MOTIVASI BERWIRAUSAHA DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KEBERHASILAN USAHA (Studi Kasus Pada Usaha Pakaian di Blok B Kota Langsa)”, penulis hadirkan sebagai salah satu prasyarat untuk menyelesaikan studi S1 dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Institut Agama Islam Negeri Langsa.

Dengan kerendahan hati dan kesadaran penuh, dalam penulisan skripsi ini terdapat berbagai kendala yang dihadapi penulis. Akan tetapi atas izin Allah SWT., dan bantuan serta doa dari semua pihak, maka semua kendala yang dihadapi penulis dapat terselesaikan. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasi sebesar besarnya kepada:

1. Bapak Dr.H. Basri Ibrahim, M.A, selaku Rektor IAIN Langsa
2. Bapak Dr. Iskandar Budiman, M.C.L, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
3. Bapak Dr. Syamsul Rizal, S.H.I, M.Si, selaku Ketua Jurusan dan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
4. Bapak Dr. Fahriansah, Lc. M.A, selaku Pembimbing I dan Zikriatul Ulya, M.Si, selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaganya dalam membimbing dan memberikan pengarahan selama proses penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat.

6. Seluruh staf akademik, dan tata usaha, serta staf Program Perbankan Syariah yang telah banyak membantu dalam proses pengurusan skripsi ini.
7. Seluruh pemilik usaha pakaian di Blok B Kota Langsa yang sudah membantu untuk mengisi kuisioner pada penelitian ini.
8. Teruntuk kedua orang tua saya ayahanda Drs. Muhammad Husin AG dan ibunda saya Fatimah, SPd.I. Terima kasih atas dukungan moril maupun materil dan untaian doa-doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
9. Teruntuk kakak kandung saya Nurul Husna, SPd. Terima kasih atas semangat dan dukungannya serta doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
10. Teruntuk teman dekat saya Deni Akbar Marpaung, dan teman saya Nuran Nabila Anwar terima kasih atas semangat, do'a dan untuk kebersamaan kita dalam pengerjaan studi ini , semoga silaturahmi kita tetap terjalin dengan baik.
11. Semua keluarga, teman-teman, dan berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dengan ikhlas dalam banyak hal yang berhubungan dengan penyelesaian studi penulis.

Akhirnya dengan segala keterbukaan dan ketulusan, skripsi ini penulis persembahkan dan semoga skripsi ini bermanfaat adanya, aamiin. Kesempurnaan hanyalah milik Allah dan kekurangan tentu datangnya dari penulis. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran-saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan laporan ilmiah yang berikutnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb
Penulis

Noer Zainora

TRANSLITERASI

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣ	Ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	D	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal.

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atauharkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	Fathah	A	A
— —	Kasrah	I	L
— '	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antarharkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu;

Tanda dan Huruf	Nama	GabunganHuruf	Nama
ي' —	Fathah dan ya	Ai	a dan i
و —	Fathah dan waw	Au	a dan u

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ل	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ي —	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و ----	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

d. Ta marbūtah.

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

1) ta marbutahhidup

Ta marbūtah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah /t/.

2) ta marbūtahmati

Ta marbūtah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

3) Kalaupun pada kata yang terakhir dengan ta marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbūtah itu di transliterasikan dengan ha (h).

e. Syaddah (Tasydid)

Syahdah atau tasydīd yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydīd dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

f. Kata Sandang.

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ل , namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

1) Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu..

Contoh:

- Ar-rajulu : الرجل
- As-sayyidatu: السيدة
- Al-qalamu : القلم

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif

Contoh :

- Ta'khuzuna : تاخذن
- An-nau' : النوء
- Syai'un : شئ

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim (kata benda) maupun harf, ditulisterpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya:

Contoh :

- Wainnallāhalahuakhairar-rāziqīn : وان الله اهو خير الر ازقين
- Wainnallāhalahuakhairurrāziqīn : وان الله اهو خير الر ازقين
- Faaufū al-kailawa al-mīzāna : فافو الكيل والميزان
- Faaufū al-kailawal-mīzāna : فافو الكيل والميزان
- Ibrāhīm al-Khalīl : ابراهيم الخليل
- Ibrāhīm al-Khalīl : ابراهيم الخليل
- Bismillāhimajrehāwamursāhā : بسم الله مجر اها ومر سها
- Walillāhi 'alan-nāsihijju al-baiti : والله على الناس حخ البيت

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam system tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: Huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri sendiri, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wamā Muhammadunillārasūl
- Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubin

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

Contoh:

- Nasrunminallāhiwafathunqarib
- Lillāhi al-amrujami'an

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman tranliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu, peresmian pedoman tranliterasi ini perlu disertai dengan ilmu tajwid.

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	
PERNYATAN KEASLIAN.....	i
MOTTO	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
TRANSLITERASI.....	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Penjelasan Istilah	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORITIS	12
2.1. Motivasi Berwirausaha.....	12
2.1.1. Pengertian Berwirausaha	12
2.1.2. Pengertian Motivasi Berwirausaha.....	13
2.1.3. Indikator Motivasi Berwirausaha	14
2.1.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi Berwirausaha	15
2.1.5. Ayat-ayat tentang Motivasi Berwirausaha	16
2.2. Keunggulan Bersaing	16
2.2.1. Pengertian Pasar	17
2.2.2. Pengertian Keunggulan Bersaing	18
2.2.3. Indikator Keunggulan Bersaing.....	19
2.2.4. Faktor-faktor Keunggulan Bersaing.....	19
2.2.5. Ayat-ayat tentang Keunggulan Bersaing	20
2.3 Keberhasilan Usaha	20
2.3.1. Pengertian Usaha	20
2.3.2. Pengertian Keberhasilan Usaha	21
2.3.3 Indikator Keberhasilan Usaha	22
2.3.4. Faktor-faktor yang Menyebabkan Keberhasilan Usaha	23
2.3.5. ayat-ayat Al-Qur'an.....	25
2.4. Ayat-ayat Al-Qur'an.....	25
2.5 Penelitian Terdahulu	25

2.6 Kerangka Teoritis	31
2.7 Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1. Jenis dan Sifat Penelitian	33
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	34
3.3 Populasi dan Sampel.....	34
3.3.1. Populasi	34
3.3.2. Sampel	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.5 Jenis dan Sumber Data	36
3.6 Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel	37
3.6.1. Identifikasi Variabel	37
3.6.2. Operasionalisasi Variabel	38
3.7 Metode Analisis Data	40
3.8 Uji Validitas dan Uji Reabilitas	41
3.8.1. Uji Validitas.....	41
3.8.2. Uji Reliabilitas.....	41
3.9 Uji Asumsi Klasik	42
3.9.1. Uji Normal.....	42
3.9.2. Uji Liniaritas.....	43
3.9.3. Uji Multikolinearitas	43
3.9.4. Uji Heterokedastisitas.....	44
3.10 Hipotesis	45
3.10.1 Uji t dan Uji F.....	45
3.10.1 Uji Parsial (Uji t)	45
3.10.2 Uji Simultan (Uji F).....	45
3.11 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1. Hasil Penelitian.....	47
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian di Kota Langsa	47
4.1.2. Karakteristik Responden	49
4.1.3. Penjelasan Responcen atas Variabel Penelitian	53
4.1.3.1. Penjelasan Responden atas Variabel X_1 (Motivasi Berwirausaha)	53
4.1.3.2. Penjelasan Responden atas Variabel X_2 (Keunggulan Bersaing)	56
4.1.3.3. Penjelasan Responden atas Variabel Y (Keberhasilan Usaha)	58
4.1.4. Uji Validitas.....	61
4.1.5. Uji Reliabilitas	62
4.1.6. Hasil Uji Asumsi Klasik	64
4.1.6.1. Uji Normalitas.....	65
4.1.6.2. Uji Linieritas	66
4.1.6.3. Uji Multikolinearitas	67
4.1.6.4. Uji Heterokedastisitas	67
4.1.7. Uji Regresi Linier Berganda	69

4.1.8. Hasil Uji t	70
4.1.9. Hasil uji F	70
4.1.10. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71
4.2. Pembahasan	72
4.2.1. Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Keberhasilan Usaha	72
4.2.2. Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Usaha	73
4.2.3. Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha	74
BAB V PENUTUP	76
5.1. Kesimpulan	76
5.2. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1	Skala Pengukuran Kuesioner	36
Tabel 3.2	Definisi Operasional	39
Tabel 4.1	Penjelasan Responden atas Variabel Motivasi Berwirausaha	54
Tabel 4.2	Penjelasan Responden atas Variabel Keunggulan Bersaing	57
Tabel 4.3	Penjelasan Responden atas Variabel Keberhasilan Usaha	59
Tabel 4.4	Uji Validitas Motivasi Berwirausaha (X_1)	62
Tabel 4.5	Uji Validitas Keunggulan Bersaing (X_2)	63
Tabel 4.6	Uji Validitas Keberhasilan Usaha (X_3)	63
Tabel 4.7	Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.8	One-Sample Kolmogorove Smirnov Test	65
Tabel 4.9	Uji Linearitas	66
Tabel 4.10	Uji Multikolinearitas	67
Tabel 4.11	Regresi Linier Berganda	69
Tabel 4.12	Uji t	70
Tabel 4.13	Uji F (simultan)	71
Tabel 4.14	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Teoritis	31
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	50
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan	51
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	51
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	52
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	53
Gambar 4.7 Normal P Plot.....	65
Gambar 4.8 Scatterplots.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	81
Lampiran 2	Koding Data	87
Lampiran 3	Output Output SPSS	88
Lampiran 4	r tabel	97
Lampiran 5	t tabel.....	98
Lampiran 6	F tabel	99

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Memperoleh keberhasilan dalam berwirausaha adalah hal yang menjadi tujuan dari semua wirausaha. Membangun keunggulan bersaing harus memiliki tujuan dan arah yang jelas serta tidak ragu-ragu untuk memulai arah baru untuk memulai perubahan besar, guna memperoleh pendapatan yang tinggi dan mampu bertahan dalam jangka waktu yang panjang.¹ Dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan pasti ada persaingan, dalam bersaing pengusaha bisnis diharuskan memiliki keunggulan dalam bersaing yang dapat menjadi hal penting yang perlu diperhatikan untuk mencapai keberhasilan usahanya.

Keberhasilan pada suatu usaha tidak mungkin didapat begitu saja, tetapi keberhasilan usaha ini dapat dilihat dari diri wirausaha itu sendiri, karena keberhasilan disebabkan oleh wirausaha yang memiliki kemampuan dalam menciptakan nilai tambah melalui proses pengelolaan barang dan jasa secara kreatif dan memiliki kemampuan mengembangkan ide dan cara-cara baru dalam memecahkan masalah dan juga memiliki pemikiran yang cerdas, kreatif memiliki rasa ingin tahu, mengikuti perkembangan zaman dan perkembangan teknologi serta dapat menerapkannya secara tepat.²

Setiap wirausaha memiliki tujuan untuk mewujudkan pertumbuhan dan kelangsungan hidupnya untuk jangka panjang. Dalam era global yang ditandai

¹ Heri Sudarsono, "buku ajar: Manajemen Pemasaran", (cetakan pertama, Jawa Timur: Januari . CV.Pustaka Abadi,2020),h.27

² Brillyanes Sanawiri, Mohammad Iqbal, "Kewirausahaan", (Malang:desember 2018),h.10

dengan persaingan yang sama karena tujuan dan kompleks serta tingkat perubahan yang tinggi, perusahaan atau organisasi dituntut untuk memiliki kemampuan mengembangkan pilihan strategi di bidang manajemen pemasaran sehingga mampu beradaptasi dengan lingkungan dinamis dan mampu unggul dalam bersaing. Dengan kenyataan itu, pasar harus dikelola dengan upaya-upaya yang sistematis untuk menempatkan keberhasilan usahanya.³

Bagi semua orang yang mempunyai masalah motivasi itu sangat penting. Dikalangan praktisi manajemen sudah lama diketahui bahwa masalah motivasi bukanlah hal yang mudah, baik itu memahami apalagi menerapkannya. Motivasi untuk proses mendorong atau mempengaruhi seseorang dari luar agar melaksanakan sesuatu yang telah ditetapkan.⁴

Dalam berwirausaha sangat penting menerapkan motivasi berwirausaha, karena akan menjadi suatu dorongan yang mendorong wirausaha dalam melakukan aktifitas penjualan yang mengarah pada pencapaian kebutuhan pembeli serta memberikan kepuasan pada usaha tersebut. Karena semakin tinggi motivasi berwirausaha yang dimiliki individu maka akan menjadi keberhasilan usaha yang sangat baik.⁵ Pada kenyataannya masih ada wirausaha yang tidak menganggap bahwa motivasi berwirausaha itu penting dipahami dan diterapkan agar mencapai keberhasilan usaha yang menjadi tujuan usahanya.

³ Adijati Utaminingsih, Jurnal media ekonomi dan manajemen, "*Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UKM Kerajinan Rotan Di Desa Teluk Wetan Welahan Jepara*", No. 2, Juli, Vol. 31, (2016), h.77

⁴ Muhammad Hasan, dkk, "*Kewirausahaan*", (Bandung: Juni, CV. Media Sains Indonesia, 2021, ISBN:978-623-6290-76-7), h.7

⁵ Vivin Oblivia Yunal dan Ratih Indriyani, AGORA Vol. 1, No. 1, (2013), "*analisa pengaruh motivasi berwirausaha dan inovasi produk terhadap pertumbuhan usaha kerajinan gerabah dilombok barat*". h.3

Buktinya dalam hal strategi usaha sering kali para pembeli mendapatkan pelayanan dari pemilik usaha pakaian tidak menjalankan tugasnya seperti yang harusnya lakukan, contohnya dalam pelayanan yang menilai seorang pembeli dari penampilannya sehingga adanya kesan pelayanan yang diberikan terhadap pembeli ini buruk. Perilaku ini menunjukkan bahwa kurangnya motivasi berwirausaha yang diterapkan sehingga hasilnya tidak berdampak positif bagi tujuan usaha untuk mencapai keberhasilan usaha, karena seharusnya dengan adanya motivasi berwirausaha maka dorongan untuk mencapai keberhasilan usaha yang dijalankan memiliki komitmen yang tinggi baik dalam strategi ataupun manajemen pemasaran usaha tersebut.⁶

Setelah penulis melakukan survey terkait motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing, kepada beberapa wirausaha busana pasar blok B berkata bahwa mereka belum mampu konsisten dalam strategi yang dirancang seperti membuka tokonya tepat waktu, melayani dengan baik, mengikuti keinginan pasar, mengikuti keadaan pasar dan lainnya sehingga tidak sepenuhnya dapat bersaing dan mampu mempertahankan usahanya.

Keberhasilan usaha dalam menerapkan strategi pemasaran yang dipilih ukurannya adalah mampu memberikan respon nilai yang positif dari pelanggan karena kepuasan yang didapatkan oleh pelanggan. Jika produk dan jasa yang ditawarkan semakin banyak diterima oleh pelanggan maka para konsumen atau pelanggan semakin puas dan ini berarti strategi yang diambil oleh si pemilik usaha bisnis tersebut sudah cukup berhasil. Ukuran untuk melihat bahwa strategi yang

⁶ Muhammad Hasan, Astil Harli Roslan, dkk, "Kewirausahaan", (Bandung: Juni, CV. Media Sains Indonesia, 2021, ISBN:978-623-6290-76-7), h.7-8

dijalankan dalam keadaan baik bisa dengan melihat jumlah pelanggan yang banyak dan meningkat dari waktu ke waktu, kemudian juga ada ukuran lainnya seperti tingkat laba yang diperoleh dan ukuran lainnya.⁷

Persaingan terjadi hanya bila ada dua pelaku usaha atau lebih yang menawarkan produk dan jasa kepada para pelanggan dalam sebuah pasar. Untuk merebut hati konsumen, para pelaku usaha berusaha menawarkan produk dan jasa yang menarik, baik dari segi harga, kualitas dan pelayanan. Kombinasi ketiga faktor tersebut untuk memenangkan persaingan merebut hati para konsumen dapat diperoleh melalui inovasi, penerapan teknologi yang tepat, serta kemampuan manajerial untuk mengarahkan sumber daya perusahaan dalam pencapaian keberhasilan usaha. Jika tidak, pelaku usaha akan tersingkir secara alami dari arena pasar.⁸

Didalam ajaran Islam melalui Al-quran telah memberikan banyak pedoman yang bersifat umum untuk mengatur perilaku-perilaku pengusaha (pelaku usaha) dalam berwirausaha, ada yang secara jelas dan ada pula yang secara isyarat. Para pengusaha (pelaku usaha) dituntut untuk bersikap jujur dan tidak curang.⁹ Jujur dalam arti bagaimana menjalankan usaha sehingga dalam memenuhi kebutuhan tidak mengambil hak-hak pengusaha (pelaku usaha lainnya). Sehubungan dengan hal itu, dalam Alquran surah An-Nisa'-29 ditegaskan bahwa:

⁷ Wangsit Ajeng Utami ,skripsi:”*pengaruh motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha (studi kasus pada usaha UMKM pakaian di Mabar*”,2017,h.8

⁸ Muhammd Saman, “*Persaingan Industri PT. Pancanata Centralindo (Perspektif Etika Bisnis Islam)*,” Skripsi (Jakarta: Fakultas Syari’ah dan Hukum, Universits Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2010), h.19.

⁹ Rachmadi usman, “*Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*”,(Jakarta:Sinar Grafika, 2013), h.53

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka-sama suka diantara kamu*”.¹⁰

Dengan begitu dalam bersaing para wirausaha juga harus memperhatikan firman Allah SWT terdapat dalam Alquran yang telah menggariskan prinsip-prinsip dasar dalam berusaha atau berdagang, yang wajib ditaati oleh para pengusaha (pelaku usaha) Islam dan harus diingat kalau kegiatan berusaha atau berdagang itu bukan sekedar untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri saja, melainkan untuk memenuhi kebutuhan manusia secara keseluruhan yang hidup dimuka bumi.¹¹

Keunggulan bersaing dalam sebuah organisasi atau perusahaan dapat diperoleh dengan memperhatikan nilai yang unggul bagi pelanggan, kebudayaan dan iklim untuk membawa perbaikan pada efisiensi dan efektivitas.¹² Ini sama halnya dengan lembaga keuangan, perusahaan, maupun para wirausaha yang menawarkan produk dan jasa seperti perbankan yang juga menawarkan produk dan jasa bagi nasabahnya dengan strategi pemasarannya masing-masing, maka memperhatikan hal diatas juga diperlukan dalam mengatur strategi manajemen pemasarannya. Selain orientasi pasar, inovasi juga dapat dijadikan sebagai salah

¹⁰ Diakses melalui <https://tafsirq.com> pada tanggal 22 April 2021

¹¹ Rachmadi usman, “*Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*”,(Jakarta:Sinar Grafika, 2013), h.53-54

¹² Wangsit Ajeng Utami ,skripsi:”*pengaruh motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha (studi kasus pada usaha UMKM pakaian di Mabar*”,2017,h.5

satu strategi dalam mencapai keunggulan bersaing. Tujuan utama dari inovasi adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan.¹³

Wirausaha harus memiliki modal pengetahuan yang cukup, dan dasar pengetahuan usaha untuk dikembangkan untuk dapat menciptakan dan membuat nilai (kekayaan) melalui penggunaan pengetahuan. Pengalaman dalam berwirausaha juga sangat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha, karena dengan adanya pengalaman maka seorang wirausaha dapat belajar dan menerapkannya lebih baik lagi dari pengalam sebelumnya baik dalam mengatasi kelemahannya dan meningkatkan keunggulannya dalam bersaing.¹⁴

Teorinya wirausaha tentu dituntut untuk mampu mendistribusikan serta memasarkan produk dan jasa yang memiliki tingkat daya saing yang tinggi antara lain dengan kriteria: Produk yang dijual tersedia secara teratur dan sinambung, produk yang dijual harus memiliki kualitas yang baik dan seragam, variasi produk harus dapat disediakan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan pasar.¹⁵ Namun pada kenyataannya tidak semua wirausaha mampu bertahan dalam jangka panjang dengan keberhasilan usaha yang stabil dan dapat selalu memenuhi kebutuhan variasi produk yang ada di permintaan pasar.

¹³ Muhammad Hasan, Astil Harli Roslan, dkk, "Kewirausahaan", (Bandung: Juni, CV. Media Sains Indonesia, 2021, ISBN:978-623-6290-76-7), h.13

¹⁴ Wangsit Ajeng Utami, skripsi: "pengaruh motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha (studi kasus pada usaha UMKM pakaian di Mabar", 2017, h.6

¹⁵ Alimudin Arasy, "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan dan Kinerja Usaha Kecil Sektor Perdagangan di Kota Surabaya". Jurnal Ilmiah, 2013, h.2

Penelitian ini berfokus pada pasar blok B kota Langsa-Aceh. Pasar blok B tersebut memiliki usaha seperti pakaian dan lainnya. Karena agar masyarakat daerah kota langsa lebih praktis dan memudahkan untuk melakukan belanja karena tidak perlu keluar dari area lainnya. Wirausaha yang berjualan tentu harus memiliki strategi penjualan agar dapat memaksimalkan profit. Setiap wirausaha dituntut untuk selalu memahami bagaimana keadaan pasar sehingga dapat memenuhi keinginan daripada pembeli. Dan wirausaha juga harus memiliki keunggulan bersaing antar sesama pengusaha bisnis dan bagaimana usaha tersebut juga harus memiliki keberhasilan dalam usaha. Wirausaha harus memiliki motivasi berwirausaha agar dapat unggul dari usaha yang lain, sehingga bisnis berjualan memiliki keberhasilan usaha.

Kebutuhan akan pakaian ini sangat stabil dengan gaya serta model yang pasti terus berubah setiap waktu ke waktunya, hari ke hari, bulan ke bulan, hingga tahun ke waktu, sehingga permintaan konsumen yang ada dipasar akan meningkat dan bagi penjual pasti juga akan meningkat. Pengembangan usaha ini dapat sangat membantu mengatasi masalah dalam berwirausaha dan memberikan profit yang baik bagi pengusaha bisnis sehingga mampu bersaing dan memperoleh keberhasilan dalam usahanya. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“PENGARUH MOTIVASI BERWIRAUSAHA DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KEBERHASILAN USAHA (Studi Kasus Pada Usaha Pakaian di Blok B Kota Langsa)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis kemukakan, maka peneliti merumuskan permasalahan yang mendasari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh motivasi berwirausaha terhadap keberhasilan usaha pakaian di blok B kota Langsa?
2. Bagaimana pengaruh keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha pakaian di blok B kota Langsa?
3. Bagaimana motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pakaian di blok B kota langsa?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh motivasi berwirausaha terhadap keberhasilan usaha pakaian di blok B kota Langsa.
2. Untuk mengetahui pengaruh keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha pakaian di blok B kota Langsa
3. Untuk mengetahui pengaruh motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha pakaian di blok B kota Langsa.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Manfaat secara teroitis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing terhadap

keberhasilan usaha pakaian, serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.

2. Manfaat secara praktis

Bagi penulis, penelitian ini merupakan suatu kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan pengetahuan teoritis yang diperoleh dari bangku kuliah, serta memperluas wawasan penulis dalam bidang kewirausahaan, khususnya tentang pengaruh motivasi berwirausaha, keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha, pada sektor usaha toko pakaian.

Bagi wirausaha, penelitian ini sebagai informasi dan bahan masukan ataupun acuan bagi toko pakaian bagaimana pentingnya menerapkan motivasi berwirausaha, keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha.

Bagi masyarakat umum, penelitian ini diharapkan menjadi informasi kepada kalangan umum agar mengetahui pengaruh motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha. Serta penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian terhadap objek atau masalah yang sama dimasa yang akan datang.

1.5. Penjelasan Istilah

Untuk menghindari kerancuan pemahaman terhadap istilah-istilah yang terdapat pada judul ini, maka perlu dijelaskan istilah-istilahnya. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Motivasi berwirausaha adalah suatu keadaan dalam pribadi orang yang mendorong individu untuk melaksanakan aktivitas tertentu guna mencapai tujuan usahanya.¹⁶
2. Keunggulan bersaing adalah suatu posisi dimana sebuah perusahaan atau organisasi menguasai sebuah kompetisi dalam persaingan bisnis.¹⁷
3. Menurut Noor dalam jurnal eni dan faridah keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari usaha bisnis yang berhasil mencapai tujuan dalam usaha, suatu usaha dikatakan berhasil jika mendapatkan laba.¹⁸

1.6. Sistematika Penulisan

Agar pembahasan penelitian ini sesuai dengan tujuannya, maka penulisan penelitian ini terbagi dalam lima bab garis besar dengan ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan menguraikan tentang latar belakang masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Jadwal Penelitian, Sistematika Penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas tentang landasan teori yang berkaitan dengan topik dalam penelitian ini yaitu Teori

¹⁶ Adhe Octavionica, skripsi: "*pengaruh motivasi berwirausaha serta lingkungan internal dan eksternal terhadap minat berwirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi universitas lampung*", h.4

¹⁷ Heri Sudarsono, "*buku ajar: Manajemen Pemasaran*", (cetakan pertama, Jawa Timur: Januari . CV.Pustaka Abadi, 2020), h.26

¹⁸ Eni Farida dan Rahayu Widayanti, Jurnal akuntansi bisnis dan manajemen: "*Analisis Pengaruh Motivasi, Kemampuan Kerja dan Jiwa Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha pada Sentra Kripik Tempe Sanan Malang*", Vol.22, No.1, 2015, h.4

tentang pengaruh motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha pakaian di blok B Kota Langsa.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang waktu dan tempat penelitian, Jenis Penelitian, Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel, Data dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Variabel Penelitian, Definisi Operasional Variabel, Teknik Analisis Data, Analisis Regresi Linier Berganda.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang Gambaran umum Objek Penelitian, Deskripsi Data Penelitian, Uji Validitas, reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linier Berganda Uji Hipotesis dan Uji Koefisien Determinasi (R^2) serta Analisis Penulis.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Motivasi Berwirausaha

2.1.1. Pengertian Berwirausaha

Berwirausaha merupakan kegiatan dalam menjalankan usaha atau berwirausaha.¹⁹

Berwirausaha adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam mengatasi kegiatan usaha yang mengarah pada upaya untuk mencari, menciptakan, dengan meningkatkan kearah yang lebih baik lagi untu memperoleh keuntungan yang lebih tinggi.²⁰

Adapun pengertian lain berwirausaha adalah orang kreatif dan inovatif serta mampu mewujudkannya untuk peningkatan kesejahteraan diri, masyarakat dan lingkungannya. Seorang wirausaha tidak pernah lupa memikirkan kesejahteraan masyarakat sehingga mereka selalu berfikir kritis untuk selalu mencari inovasi dalam penciptaan produk untuk masyarakat.²¹

Berwirausaha merupakan kegiatan usaha kreatif seseorang yang dilakukan berdasar inovasi agar muncul sesuatu yang baru dan berbeda dari yang lain, mempunyai nilai tambah, bermanfaat, menyediakan lapangan kerja dan memiliki hasil yang berguna untuk orang lain.²²

¹⁹ Avin Fadilla Helmi, jurnal buletin psikologi, "kewirausahawan di perguruan tinggi dalam perspektif psikologi", Volume 17, No. 2, ISSN: 0854-7108, (2009), h.57

²⁰ Mey Elisa Safitri, Endang Maryanti, "Buku Ajar Kewirausahaan", (Jawa Tengah: PT.Nasya Expanding Management, cetakan ke-1, Maret 2022, ISBN:978-623-423-142-7), h.1

²¹ Muhammad Dinar, dkk, "kewirausahaan", (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, cetakan-1, November 2020, ISBN:978-623-6882-25-2), h.12

²² *Ibid*, Mey Elisa Safitri, Endang Maryanti, "Buku Ajar Kewirausahaan",h.4

Berwirausaha merupakan proses penerapan inovasi dan kreativitas dalam memecahkan permasalahan dan menemukan berbagai macam solusi agar kehidupan bisnis bisa diperbaiki dan berjalan lebih lancar dari sebelumnya.²³

2.1.2. Pengertian Motivasi Berwirausaha

Motivasi berwirausaha adalah suatu keadaan dalam pribadi orang yang mendorong individu untuk melaksanakan aktivitas tertentu guna mencapai tujuan usahanya.²⁴ Motivasi berwirausaha dan Kemampuan usaha jika di negara-negara maju, keinginan seseorang untuk menjadi bos terhadap dirinya sendiri cukup besar, keinginan sukses tanpa harus dibawah tekanan orang lain..²⁵

Motivasi berwirausaha juga dapat diartikan sebagai daya penggerak di dalam diri seorang wirausaha yang menimbulkan kegiatan usaha yang menjamin kelangsungan dari kegiatan entrepreneur dan yang memberi arah pada kegiatan usaha tersebut sehingga tujuan yang dikehendaki dapat tercapai.²⁶

Motivasi berwirausaha adalah dorongan kuat dari dalam diri seseorang untuk memulai mengaktualisasi potensi diri dalam berfikir kreatif dan

²³ *Ibid*, Muhammad Dinar, dkk, "kewirausahaan",.....,h.12

²⁴ Adhe Octavionica, skripsi: "pengaruh motivasi berwirausaha serta lingkungan internal dan eksternal terhadap minat berwirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi universitas lampung", 2016, h.4

²⁵ Dwi Gemina, Endang Silaningsih, dan Erni Yuningsih, Jurnal: Manajemen Teknologi, "Pengaruh Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha dengan Kemampuan Usaha sebagai Variabel Mediasi pada Industri Kecil Menengah Makanan Ringan Priangan Timur-Indonesia", Vol.15, No. 3, 2016, h.301

²⁶ Wikanso, "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa STKIP PGRI Ngawi". Jurnal Ilmiah STKIP PGRI Ngawi Media Prestasi, Vol. XI, No.1, 2013, h.32

inovatif untuk menciptakan produk baru dan bernilai tambah guna kepentingan bersama. Wirausaha akan muncul ketika seseorang berani mengembangkan usaha-usaha dan ide-ide barunya.

Menurut Zuhrina motivasi berwirausaha merupakan keseluruhan daya penggerak di dalam diri seorang wirausaha yang menimbulkan kegiatan usaha yang menjamin kelangsungan dari kegiatan usaha dan yang memberi arah pada kegiatan entrepreneur tersebut sehingga tujuan yang dikehendaki dapat tercapai.²⁷

2.1.3. Indikator Motivasi Berwirausaha

1. aktivitas lebih bebas

Bebas dalam mengatur waktu, bebas dari supervisor, bebas dari aturan yang menekan, dan bebas dari budaya organisasi/perusahaan.

2. Memiliki usaha sendiri

Bebas mencapai standar hidup yang diharapkan, lepas dari rutinitas kerja yang berulang-ulang, karena harus mengikuti visi, misi, impian orang lain.

3. Mengembangkan bisnis melalui hobi

Dapat memanfaatkan hobinya dalam berbisnis, seperti hobinya di fashion makan jika memulai berbisnis dengan hobi yang sejalan akan memudahkan serta mengembangkan keduanya akan berjalan dengan baik karena sesuai passionnya.

4. Cepat dalam menerapkan ide baru

²⁷ Zuhrina Aidha, jurnal: "pengaruh motivasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas kesehatan masyarakat", Jurnal JUMANTIK Vol. 1 No.1 November 2016, h.47

Mampu langsung menerapkan ide baru yang dihasilkan.

5. Memperoleh posisi yang lebih baik.
6. Memimpin sekaligus memotivasi orang lain
7. Merasakan adanya tantangan dalam usaha.²⁸

2.1.4. Faktor-faktor yang mempengaruhi Motivasi Berwirausaha

Ketika seseorang sudah memiliki motivasi berwirausaha yang tinggi maka akan timbul beberapa efek positif untuk dirinya untuk menjadi faktor pendorongnya ketika membuat usaha, dan efek positif untuk dirinya ketika bekerja, dan ketika menjadi seorang wirausaha antara lain sebagai berikut:

1. Kesiediaan bekerja keras dan tekun

Dengan adanya motivasi dapat mengubah seseorang yang tadinya belum tekun dan bekerja keras menjadi pekerja menjadi pekerja keras, tekun dan rajin, kerja keras adalah modal dasadan syarat jika ingin meraih keberhasilan yang menjadi tujuannya.

2. Kesiediaan tidak pernah menyerah

Memiliki rasa pantang mundur dan semangat yang tinggi untuk mau berjuang, dengan adanya rasa gigih dalam menghadapi berbagai macam resiko dan mampu menghapi segala kesulitan yang ada maka tingkat memperoleh keberhasilannya tinggi.

3. Memiliki komitmen yang kuat

Mengupayakan dan mengusahakan tingkat pencapaian yang menjadi tujuan dari usahanya.²⁹

²⁸Venesaar Ene, Jurnal tutwpe: "Students' Attitudes and Intentions toward Entrepreneurship at Tallinn University of Technology", Vol.154,(2006),h.104

2.1.5. Ayat Al-Qur'an Tentang Motivasi Berwirausaha

1. Q.S. At-Taubah :105

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ
فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya :Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan. (Q.S. At-Taubah :105).

2. Q.S Al- Qasas :77

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۖ وَأَحْسِنَ ۖ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۖ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya: Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan. (Q.S Al- Qasas :77).³⁰

2.2. Keunggulan Bersaing

Persaingan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah persaingan yang terjadi dalam lingkungan pasar, dan bagaimana keunggulan bersaing didalam pasar.

²⁹ Haris Pinagaran Nasution, Jurnal Ilmiah Dunia Ilmu” Pengaruh Sikap dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi kasus program mahasiswa wirausaha politeknik negeri Medan”, Vol.4, No.1, (2018), h.4

³⁰ <https://tafsirq.com/28-al-qasas/ayat-77> diakses pada tanggal 22/04/2021

2.2.1. Pengertian Pasar

Pengertian menurut teori ekonomi pasar adalah suatu situasi dimana pembeli (konsumen) dan penjual (produsen dan pedagang) melakukan transaksi setelah kedua pihak telah mengambil kata sepakat tentang harga terhadap sejumlah (kuantitas) barang dengan kuantitas tertentu yang menjadi objek transaksi.³¹

Pasar adalah kawasan tempat terjadinya jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut dengan beberapa istilah seperti pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.³²

Menurut Handri Ma'aruf Kata "pasar" mempunyai 3 pengertian, antara lain:

1. Pasar dalam arti "tempat", merupakan sebuah tempat untuk bertemunya para penjual dengan pembeli.
2. Pasar dalam arti "penawaran serta permintaan", merupakan pasar sebagai tempat terjadinya kegiatan transaksi jual beli.
3. Pasar dalam arti "sekumpulan anggota masyarakat yang mempunyai kebutuhan serta daya beli", lebih merujuk pada 2 hal, yaitu daya beli dan kebutuhan. Pasar merupakan sekumpulan orang yang berusaha untuk

³¹ Rosetyadi Artistyan Firdausa, skripsi: "pengaruh modal awal, lama usaha dan jam kerja terhadap pendapatan pedagang kios di pasar Bintaro Demak", h.23

³² Perpres RI No. 112 tahun 2007 diakses melalui <http://e-journal.uajy.ac.id/11423/3/TA142382.pdf> pada tanggal 22 April 2021

mendapatkan jasa atau barang serta mempunyai kemampuan untuk membeli barang tersebut.³³

2.2.2. Pengertian Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing ialah menekankan pada keunggulan atau superior dalam hal sumber daya dan keahlian yang dimiliki perusahaan.³⁴ Keunggulan bersaing adalah Keunggulan dalam usaha yang diharapkan sanggup untuk menggapai laba cocok rencana, tingkatkan pangsa pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan melanjutkan kelangsungan hidup sesuatu usaha.

Dapat juga diartikan keunggulan bersaing (competitive advantage) adalah keunggulan yang tidak mudah untuk ditiru menyebabkan suatu usaha dapat mempertahankan sekaligus merebut posisinya dipasar.³⁵

Menurut Craves dalam jurnal Diah keunggulan bersaing adalah jantung kinerja perusahaan dalam pasar bersaing. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang dapat diciptakan perusahaan bagi para pembelinya. Bila perusahaan kemudian mampu menciptakan keunggulan melalui salah satu dari ketiga strategi generik tersebut, maka akan didapatkan keunggulan bersaing.³⁶

Dan adapun keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan atau organisasi untuk meraih keuntungan diatas laba yang mampu diraih oleh

³³ <http://e-journal.uaajy.ac.id/11423/3/TA142382.pdf>, diakses pada tanggal 22April 2021

³⁴ Muhammad Bukhori Dalimunthe, jurnal konsep bisnis dan manajemen :”Keunggulan bersaing melalui orientasi pasar dan inovasi produk”, volume 3, No.1, (ISSN:2407-263X,2017),h.19

³⁵ *Ibid*, Heri Sudarsono,”buku ajar: Manajemen Pemasaran”,.....,h.26

³⁶ Diah Anugrah Sharasanti, Jurnal Bisnis Perspektif :”Implikasi Penerapan Activity Based Costing System Terhadap Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersain”, Juli, Vol.12,No.2020,h.159

pesaing di pasar dalam bidang yang sama. Menurut Michael E. Porter ada tiga strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing, yaitu keunggulan biaya, diferensiasi dan fokus.³⁷

2.2.3. Indikator Keunggulan Bersaing

1. Mampu menyediakan produk yang berbeda dan unik dari pesaing.
2. Kualitas produk sesuai standar.
3. Harga yang kompetitif dari pesaing.
4. Harga sesuai dengan daya beli pelanggan.
5. Bahan yang ditawarkan sesuai standar yang berkualitas.³⁸

2.2.4. Faktor-faktor Keunggulan Bersaing

Ada tiga faktor yang dibutuhkan untuk menciptakan suatu keunggulan bersaing yang dapat di pertahankan, yaitu :

Dasar Persaingan (*Basic of competition*)

1. Strategi harus didasarkan pada seperangkat asset, skill, dan kemampuan. Ketiga hal tersebut akan mendukung strategi yang sedang dijalankan sehingga turut mempertahankan keunggulan. Di pasar mana perusahaan bersaing (*where you compete*).

2. Penting bagi perusahaan untuk memilih pasar sasaran yang sesuai dengan strategi yang dijalankan, sehingga asset, skill dan kemampuan dapat mendukung strategi dalam memberikan sesuatu yang bernilai bagi pasar.

Dengan siapa perusahaan bersaing (*who you compete against*).

³⁷ Dwi Sulistiani, Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi: "Mencapai Keunggulan Bersaing dengan Strategi Diferensiasi", Vol.2, No.4, 2013, E-ISSN:2442-8922, h.7-8

³⁸ Wangsit Ajeng Utami, skripsi: "pengaruh motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha (studi kasus pada usaha UMKM pakaian di Jabar)", h.29

3. Perusahaan juga harus mampu mengidentifikasi pesaingnya, apakah pesaing tersebut lemah, sedang atau kuat.³⁹

2.2.5. Ayat Al-Qur'an Tentang Keunggulan Bersaing

Ayat tentang Keunggulan Bersaing

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu".(Q.S.An-Nisa:29)

2.3. Keberhasilan Usaha

2.3.1. Pengertian Usaha

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud. Pekerjaan, perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya untuk mencapai suatu maksud.⁴⁰ Dalam Undang-undang No. 3 Tahun 1982 tentang wajib daftar perusahaan, usaha adalah setiap tindakan, perbuatan, atau kegiatan

³⁹https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1871/8/12.%20UNIKOM_21215244_SYARAH%20SYAFIRA_BAB%20II.pdf, diakses pada tanggal 22/04/2021

⁴⁰Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), Edisi ke-3, h. 1254

apapun dalam bidang perekonomian yang dilakukan oleh setiap pengusaha atau individu untuk tujuan memperoleh keuntungan atau laba.⁴¹

Menurut Hughes dan Kapoor dalam penelitian Ningrum usaha ialah *Business is the organized efforts of individuals to produce and sell for a profit, the goods and services that satisfy society's needs*. Maksudnya usaha atau bisnis adalah suatu kegiatan individu untuk melakukan sesuatu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna untuk mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.⁴²

Sedangkan usaha dalam Islam dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).⁴³

2.3.2. Pengertian Keberhasilan Usaha

Pengertian tentang 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. Dan Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah

⁴¹ Ismail Solihin, "Pengantar Bisnis, Pengenalan Peraktis Dan Studi Kasus", (Jakarta: Ken cana, 2006), h. 27

⁴²Nigrum Wulandari, "Upaya Pemerintah Desa dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Usaha Mandiri Didesa Dayakan Kecamatan Badegan Kabupaten Ponorogo", skripsi: Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2018, h.7

⁴³Nur Azdifah, Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam: "Pengembangan Masyarakat melalui Lembaga Hisbah dalam Meningkatkan Ekonomi Umat", Al-Tatwir, Vol.6, No.1, Oktober 2019, h.94

keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba.⁴⁴

Menurut Henry dalam jurnal Sunan keberhasilan usaha juga dapat diartikan sebagai keberhasilan dari usaha bisnis yang berhasil mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil jika mendapatkan laba, karena laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis.⁴⁵ Menurut Ina dalam jurnal Sunan Keberhasilan usaha adalah permodalan sudah terpenuhi, penyaluran yang produktif dan tercapainya tujuan organisasi.⁴⁶

Keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, dimana keberhasilan tersebut didapatkan dari wirausaha yang memiliki pemikiran yang cerdas, yaitu kreatif, mengikuti perkembangan teknologi dan dapat menerapkan secara proaktif dan hal tersebut terlihat dari usaha yang dijalankan.⁴⁷

2.3.3. Indikator Keberhasilan Usaha

Indikator keberhasilan usaha antara lain meliputi :

1. Modal;

Modal uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, disebut; harta benda (uang, barang, dan sebagai) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yg menambah kekayaan.

⁴⁴Eni Farida dan Rahayu Widayanti, Jurnal akuntansi bisnis dan manajemen:” *Analisis Pengaruh Motivasi, Kemampuan Kerja dan Jiwa Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha pada Sentra Kripik Tempe Sanan Malang*”, Vol.22, No.1, 2015,h.4

⁴⁵Sunan Purwa Aji,dkk, Journal of Business Management Education:” *Keterampilan Wirausaha untuk Keberhasilan Usaha*”,Vol.3, No.3, Desember 2018,h.118

⁴⁶ *Ibid*,h.118

⁴⁷Endah Rahayu Lestari, “*Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*”,(malang:UB Press,cetakan-1,ISSN:978-602-432-812-2,Agustus 2019),h.2

2. Pendapatan;

Pendapatan Jumlah uang yang diterima oleh perusahaan dari aktivitasnya, kebanyakan dari penjualan produk dan/atau jasa kepada pelanggan.

3. Volume penjualan;

Volume penjualan adalah Jumlah penjualan yang berhasil dicapai atau yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu.

4. Produktivitas;

Produktivitas penjualan dimana pemilik usaha dapat meningkatkan jumlah pelanggannya dalam jangka waktu tertentu.

5. Tenaga kerja;

Tenaga Kerja Penduduk dalam usia kerja yang siap melakukan pekerjaan, antara lain mereka yang sudah bekerja, mereka yang sedang mencari pekerjaan, mereka yang bersekolah, dan mereka yang mengurus rumah tangga.⁴⁸

2.3.4. Faktor-faktor yang Menyebabkan Keberhasilan Usaha

Untuk jadi wirausaha yang sukses, seorang wajib mempunyai inspirasi atau visi usaha yang jelas, keinginan serta keberanian dalam mengalami resiko. Apabila terdapat kesiapan dalam mengalami resiko langkah berikutnya merupakan membuat perencanaan usaha, mengorganisasikan dan melakukannya. Tidak hanya bekerja keras, supaya usaha tersebut sukses,

⁴⁸ Nurdin Nurdiana, skripsi: " *pengaruh motivasi dan kreativitas usaha terhadap keberhasilan usaha (studi kasus UMKM di seda Telaga Murni*", (2020), h.6

wirausaha wajib sanggup meningkatkan ikatan baik dengan mitra usaha maupun pihak yang terpaut dengan kepentingan industri. Berikut ini merupakan tahapan dalam membangun kewirausahaan yang sukses.

Sebab yang menimbulkan wirausaha sukses antara lain rasa yakin diri, senantiasa berorientasi pada hasil, suka tantangan serta efek, jiwa kepemimpinan, memiliki ilham kreativitas, serta berorientasi pada masa depan. Untuk jadi wirausaha yang sukses, seorang wajib mempunyai ilham ataupun visi usaha yang jelas, keinginan serta keberanian dalam mengalami resiko. Apabila ada kesiapan dalam mengalami efek, langkah berikutnya merupakan membuat perencanaan usaha, mengorganisasikan serta melaksanakan.

Tiga faktor yang menjadi penyebab keberhasilan seorang wirausaha, antara lain sebagai berikut:

1. Keahlian serta kemauan

Orang yang tidak mempunyai keahlian namun banyak keinginan serta orang yang mempunyai keinginan namun tidak mempunyai keahlian, keduanya tidak hendak jadi wirausaha yang sukses.

2. Tekad yang kokoh serta kerja keras

Orang yang tidak mempunyai tekad yang kokoh namun tidak ingin bekerja keras serta orang yang suka bekerja keras namun tidak mempunyai tekad yang kokoh, keduanya tidak hendak jadi wirausaha yang sukses

3. Kesempatan dan peluang

Memahami kesempatan yang terdapat serta berupaya meraihnya kala ada peluang.⁴⁹

2.4. Ayat-ayat Al-qur'an

1. Ayat tentang Keberhasilan Usaha

وَيَرْزُقُهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ ۗ وَمَنْ يَتَّوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ ۗ إِنَّ اللَّهَ بَالِغُ أَمْرِهِ ۗ قَدْ

جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا

Artinya : "Dan memberinya rezeki dari arah yang tiada disangkanya. Dan barangsiapa yang bertawakkal kepada Allah niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan yang (dikehendaki)Nya. Sesungguhnya Allah telah mengadakan ketentuan bagi tiap-tiap sesuatu". (Q.S. At-Talaq : 3).⁵⁰

2.5. Penelitian Terdahulu

2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Nama/ Tahun	Judul	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Dyah Ayu Ardiyanti & Zulkarnen Mora (2019)	Pengaruh minat usaha dan motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha wirausaha	Minat usaha (X1) Motivasi usaha (X2) Keberhasilan usaha (Y)	metode kuantitatif dengan menggunakan analisis statistik	Berdasarkan hasil kuesioner diperoleh bahwa sebagian besar responden setuju bahwa minat berwirausaha. Dari total

⁴⁹ Dyah Ayu Ardiyanti & Zulkarnen Mora: "Pengaruh Minat Usaha dan Motivasi Usaha terhadap keberhasilan usaha wirausaha muda di kota Langsa",. Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis, Vol 10, No 2 Juli 2019, h.171

⁵⁰ <https://tafsirq.com/65-at-talaq/ayat-3#tafsir-jalalayn> diakses pada tanggal 22/04/2021

		muda dikota Langsa		deskriptif	responden yang disurvei ,sebagian besar menjawab bahwa minat usaha mereka lebih dominan muncul dikarenakan ada faktor yang mempengaruhinya
2.	Wangsit Ajeng Utami (2017)	Pengaruh motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha (studi kasus pada usaha UMKM pakaian diMabar)	Motivasi berwirausaha (X1) Keunggulan bersaing (X2) Keberhasilan usaha (Y)	Kuantitatif, penelitian asosiatif	Motivasi Berwirausaha dan Keunggulan Bersaing secara serempak (Uji-F) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada usaha UMKM Pakaian di Mabar Kecamatan Medan Deli
3.	Dwi Gemina , Endang Silaningsih, dan Erni Yuningsih	Pengaruh Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan	Motivasi usaha motif (X) Kemampuan usaha (Y)	Kuantitatif	Hasil penelitian bahwa motivasi usaha berpengaruh signifikan dan berbanding lurus

	(2016)	Usaha dengan Kemampuan Usaha sebagai Variabel Mediasi pada Industri Kecil Menengah Makanan Ringan Priangan Timur-Indonesia	Keberhasilan usaha (Z)	(positif) terhadap kemampuan usaha, semakin tinggi motivasi usaha akan diikuti tinggi kemampuan usaha. Kemampuan usaha berpengaruh signifikan dan berbanding lurus (positif) terhadap keberhasilan usaha, semakin tinggi kemampuan usaha akan diikuti tinggi keberhasilan usaha. Selanjutnya pengaruh motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha melalui variabel kemampuan usaha sebagai mediasi signifikan atau dapat diterima, sehingga
--	--------	--	------------------------	--

					<p>motivasi usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha melalui kemampuan usaha.</p>
4.	Vina Meilawati (2017)	<p>Pengaruh Kemandirian Pribadi Wirausaha Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada UMKM Konveksi Di KP. Lembur Picung Desa Soreang)</p>	<p>Kemandirian pribadi wirausaha (X1) Motivasi Berwirausaha (X2) Keberhasilan usaha (Y)</p>	Kuantitatif	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kemandirian Pribadi Wirausaha keseluruhan termasuk kedalam kriteria cukup baik, namun indikator kemandirian tingkah laku seperti mengambil keputusan dalam situasi apapun kurang baik. Variabel Motivasi Berwirausaha keseluruhan termasuk kedalam kriteria cukup baik, namun indikator ambisi kemandirian kurang baik, hal ini</p>

					<p>karena pelaku usaha kurang mempunyai ide-ide baru dalam menjalankan usahanya. Dan variable Keberhasilan Usaha keseluruhan termasuk kedalam kriteria cukup baik, namun indikator Kompetensi dan Etika Usaha kurang baik, hal ini karena kurangnya kompetensi yang dimiliki oleh pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Untuk analisis verifikasi dijelaskan bahwa Kemandirian Pribadi Wirausaha secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha dan</p>
--	--	--	--	--	---

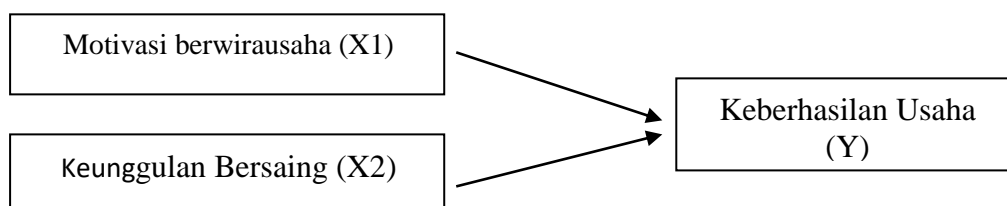
					Motivasi Berwirausaha yang secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Selain itu secara simultan Kemandirian Pribadi Wirausaha dan Motivasi Berwirausaha berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.
5.	A.,Frans & Dahmiri, Dahmiri & Indrawijaya, Sigit (2020)	PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA RUMAH MAKAN DENDENG	orientasi kewirausahaan (X1) keunggulan bersaing (X2) keberhasilan usaha (Y)	Kuantitatif	Hasil dari penelitian menunjukkan, bahwa (1) orientasi kewirausahaan (X1) dan keunggulan bersaing (X2) berpengaruh positif dan signifikan bersama-sama terhadap keberhasilan usaha (Y) rumah makan dendeng batokok di provinsi jambi. (2) keunggulan

		BATOKOK DI PROVINSI JAMBI			bersaing merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan dendeng batokok di provinsi jambi.
--	--	---------------------------------	--	--	--

Persamaan yang terdapat dipenelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama membahas tentang keberhasilan usaha sebagai variabel Dependen (Y) dan variabel (bebas) Independen nya adalah motivasi berwirausaha (X1) serta keunggulan bersaing (X2) dan juga sama-sama membahas tentang wirausaha.

Perbedaan yang terdapat dipenelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah variabel bebas yang dibahas tidak sama seperti penelitian yang dilakukan oleh Dyah Ayu dan Zulkanen Mora pada tahun 2019 variabel bebas yang dipilih ialah minat usaha dan motivasi usaha, kemudian oleh Vina Meilawati variabel bebasnya kemandirian pribadi wirausaha dan motivasi berwirausaha, dan pada penelitian terdahulu lainnya juga memiliki variabel bebas yang berbeda.

2.6. Kerangka Teoritis



Dari kerangka Teoritis dapat menjelaskan ada dua variabel independen yang terdiri dari Motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing, sedangkan keberhasilan usaha merupakan variabel dependen. Motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pakaian diblok B Kota Langsa.

2.7. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang dan kerangka teoritis di atas, maka peneliti merumuskan hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. H_{01} : Variabel Motivasi Berwirausaha tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pakaian di blok B Kota Langsa.

H_{a1} : Variabel Motivasi Berwirausaha berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pakaian di blok B Kota Langsa.

2. H_{02} : Variabel Keunggulan Bersaing tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pakaian di blok B Kota Langsa.

H_{a2} : Variabel Keunggulan Bersaing berpengaruh Keberhasilan Usaha pakaian di blok B Kota Langsa.

3. H_{03} : Variabel Motivasi Berwirausaha dan Keunggulan Bersaing tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pakaian di blok B Kota Langsa

H_{a3} : Variabel Motivasi Berwirausaha dan Keunggulan Bersaing berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pakaian di blok B Kota Langsa.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Bentuk dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif yaitu metode yang di dasarkan pada analisis dengan pendeskripsian faktor-faktor yang berhubungan dengan masalah yang di maksudkan sebagai pendukung untuk analisis metode kuantitatif. Sedangkan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui variabel-variabel penelitian dalam angka dan melalui analisis data dengan menggunakan statistik atau permodelan matematis.

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu unit sosial baik individu, kelompok, lembaga atau masyarakat.⁵¹ Sifat penelitian ini memakai Explanatory Research. Explanatory Research adalah untuk menguji hubungan antar-variabel yang dihipotesiskan. Menurut Sugiyono (2013) penelitian explanatory research adalah penelitian yang menjelaskan kedudukan antara variabel-variabel diteliti serta hubungan antara variabel yang satu dengan yang lain melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan. Pada jenis penelitian ini, jelas ada hipotesis yang akan diuji kebenarannya. Hipotesis itu sendiri menggambarkan hubungan antara dua atau lebih variabel untuk mengetahui

⁵¹ Sumadi Suryabrata, “*metodologi penelitian*”,(Jakarta: Raja grafindo persada,2018), h.22

apakah sesuatu variabel berasosiasi atautkah tidak dengan variabel lainnya atau apakah sesuatu variabel disebabkan/dipengaruhi atautkah tidak oleh variabel lainnya.⁵²

3.2. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pemilik usaha pakaian di blok B Kota Langsa. Waktu penelitian dimulai awal bulan April 2021 hingga Juni 2022.

3.3. Populasi Dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek ataupun subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵³

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah 126 pemilik usaha yang ada di Blok B kota Langsa yang terdiri dari (usaha pakaian, usaha warung kopi, usaha sepeda, usaha kosmetik, usaha kelontong).

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan bentuk

⁵² Mohammad Mulyadi, "Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya."Jurnal.h.132.

⁵³ Sugiono,"Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D", (Bandung : Alfabeta, 2013), h.119

Non Probability Sampling, *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jenis *non probability sampling* yang khususnya digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁵⁴ Pertimbangan sampel dalam penelitian ini meliputi:

1. Pemilik usaha bisnis pakaian yang berjualan di blok B
2. Pemilik usaha bisnis pakaian yang sudah memulai bisnisnya +5 tahun

Untuk menentukan besar sampel menggunakan pendapat Ferdinand yang menyatakan bahwa untuk penelitian multivariate (termasuk analisis regresi) besarnya sampel ditentukan sebanyak 25 kali variabel independen.⁵⁵ Maka penelitian ini 2 variabel bebas x 25 maka 50 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam peneliti ini menggunakan teknik penyebaran angket/kuesioner. Angket/kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawab.⁵⁶

Disini peneliti membuat daftar pertanyaan mengenai pengaruh motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha pakaian di blok B kota Langsa. Angket di sebarakan kepada responden. Hasil kuesioner yang

⁵⁴Azuar Juliandi dan Irfan,"*Metodologi Penelitian Kuantitatif*",(Bandung: Citapustaka media perintis, 2013,h. 58

⁵⁵Augusty Perdinand,"*Metodologi Penelitian Manajemen*",(Semarang: Undip Press, 2014,h. 173

⁵⁶ Hendri Tanjung dan Abrista Devi,"*Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam*", (Jakarta: Gramata Publishing, 2013),h.67.

terkumpul kemudian dijadikan bahan analisa secara kuantitatif. Pengukuran dari pertanyaan kuesioner menggunakan skala likert. Skala likert adalah teknik untuk mengukur setiap butir pertanyaan dengan pilihan yang berjenjang, dalam penelitian ini diberikan skala 1-5. (1) sangat setuju, (2) setuju, (3) kurang setuju, (4) tidak setuju, (5) sangat tidak setuju.

Tabel 3.1.
Skala Pengukuran Kuesioner

Pertanyaan	Score
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

3.5. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data dapat diperoleh. Sumber data dalam penelitian ini adalah responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti. Data dalam penelitian digolongkan menjadi data primer dan data sekunder yang diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer dapat didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli guna kepentingan penelitian. Dan data tersebut sebelumnya tidak ada. Contohnya yaitu data yang dikumpulkan melalui insrument wawancara,

kuesioner, dan pengamatan.⁵⁷ Dalam penelitian ini, data yang digunakan yaitu data hasil pengisian kuesioner oleh pemilik usaha pakaian di blok B Kota Langsa.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah dipublikasikan oleh pihak instansi terkait langsung dan dapat dimanfaatkan oleh peneliti. Data sekunder dapat diperoleh dalam bentuk literatur dari perusahaan, literatur dari perpustakaan, catatan, laporan perusahaan, program kerja perusahaan, artikel, makalah, serta publikasi lembaga-lembaga yang relevan terkait dengan topik penelitian sebagai data pelengkap.⁵⁸ Dalam penelitian ini data skunder yang digunakan adalah data yang diperoleh dari pihak ketiga berupa data informasi e-book, e-jurnal, e-artikel yang telah dipublikasi atau yang didapat dari instansi yang mendukung penelitian.

3.6. Identifikasi dan Operasional Variabel

3.6.1. Identifikasi Variabel

Pada umumnya variabel penelitian dibedakan menjadi 2 jenis, yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) :

1. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas atau independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (dependen). Variabel (bebas) independen (X) pada penelitian ini adalah Motivasi berwirausaha (X₁), keunggulan bersaing (X₂). Pengukuran variabel dilakukan dengan skala likert dengan memberikan score dari tiap pertanyaan yang dijawab oleh

⁵⁷ *Ibid*, h. 66

⁵⁸ Hendri Tanjung dan Abrista Devi, "Metodologi Penelitian Ekonomi Islam", (Jakarta: Gramata Publishing, 2013), h.76

responden. Adapun score yang diberikan yaitu: (1) sangat setuju, (2) setuju, (3) ragu-ragu, (4) tidak setuju, (5) sangat tidak setuju.

2. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat atau dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadikan akibat karena adanya variabel bebas (independen). Variabel (terikat) dependen (Y) pada penelitian ini adalah keberhasilan usaha pakaian di blok B kota Langsa Pengukuran keberhasilan usaha pakaian blok B di Kota Langsa dengan skala likert dengan memberikan score dari tiap-tiap pertanyaan yang dijawab oleh responden. Adapun score yang diberikan yaitu: (1) sangat setuju, (2) setuju, (3) kurang setuju, (4) tidak setuju, (5) sangat tidak setuju.

3.6.2. Definisi Operasional

Untuk memperoleh kejelasan serta menjauhi kesalah pahaman dalam pembahasan penelitian ini, hingga penelitian merasa butuh mengemukakan penafsiran ataupun batas dari kata istilah yang dianggap penting didalamnya diantara selaku berikut:

1. Motivasi berwirausaha adalah “suatu keadaan dalam pribadi orang yang mendorong individu untuk melaksanakan aktivitas tertentu guna mencapai tujuan usahanya”. Motivasi berwirausaha dapat diartikan sebagai sumber kekuatan yang menjadi pendorong seseorang, dan dapat menimbulkan tingkat antusiasnya dalam melaksanakan suatu usaha, baik yang bersumber dari dalam diri individu maupun dari luar individu itu sendiri.
2. Keunggulan bersaing adalah Keunggulan pemilik usaha bisnis dengan pesaing yang diharapkan sanggup untuk menggapai laba cocok rencana,

tingkatkan pangsa pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan melanjutkan kelangsungan hidup sesuatu usaha.

3. Keberhasilan usaha adalah merupakan suatu kondisi atau keadaan bertambah majunya suatu maksud dalam suatu kegiatan yang dilihat dari volume usaha, nett asset dan laba bersih.

Tabel 3.1.
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Motivasi Berwirausaha (X1)	Motivasi berwirausaha merupakan sesuatu yang melatarbelakangi atau mendorong seseorang melakukan aktivitas dan member energi yang mengarah pada pencapaian kebutuhan,memberi kepuasan ataupun mengurangi ketidak seimbangan dengan membuka suatu usaha atau bisnis.	<ol style="list-style-type: none"> 1. aktivitas lebih bebas 2. memiliki usaha sendiri 3. .Mengembangkan hobi dalam bisnis. 4. Terdepan dalam menerapkan ide baru 5. memperoleh posisi yang lebih baik. 6. Memimpin sekaligus memotivasi orang lain. 7. Merasakan adanya tantangan dalam usaha 	Skala Likert
Keunggulan Bersaing (X2)	Keunggulan Bersaing merupakan Suatu manfaat yang ada ketika suatu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu menyediakan produk yang berbeda dari pesaing. 2. Kualitas produk sesuai 	Skala Likert

	perusahaan mempunyai dan menghasilkan suatu produk atau jasa yang dilihat dari pasar targetnya lebih baik dibandingkan dengan para kompetitor terdekat	standar. 3. Harga yang kompetitif dari pesaing. 4. Harga sesuai dengan daya beli pelanggan. 5. Bahan yang ditawarkan sesuai standar yang berkualitas	
Keberhasilan Usaha (Y)	Keberhasilan usaha merupakan pencapaian yang diharapkan di dalam suatu bisnis	1. Modal 2. Pendapatan . 3. Volume penjualan 4. Produktivitas 5. Tenaga kerja	Skala Likert

3.7. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Metode ini digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi berganda adalah sebuah teknik yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dari satu atau dua variabel bebas independen dan variabel terikat. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen dapat diprediksi melalui variabel independen atau prediktor, secara parsial maupun simultan. Secara umum model regresi berganda dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Keberhasilan Usaha

- a = Konstanta
- β_1, β_2 = Koefisien regresi variabel X_1 dan X_2
- X_1 = Motivasi Berwirausaha
- X_2 = Keunggulan Bersaing
- ε = Kesalahan pengganggu (*standard error*)

3.8. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

3.8.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah bertujuan untuk mengetahui valid atau sah tidaknya suatu kuesioner. Validitas kuesioner adalah kemampuan suatu instrument dalam mengukur sesuatu. Dalam hal ini digunakan rumus korelasi *pearson product-moment*. Yakni membandingkan hasil dari koefisien korelasi r_{hitung} dengan nilai kritis r_{tabel} .⁵⁹ Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur dari kuesioner.

- a. Jika r_{hitung} positif, setara $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka variabel valid
- b. Jika r_{hitung} negatif, setara $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka variabel tidak valid

3.8.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang mempunyai indikator dari variabel. Kuesioner dapat dikatakan *reliable* atau handal apabila jawaban dari responden konsisten dari waktu ke waktu. Melalui program SPSS versi 20 akan diberikan fasilitas untuk mengukur nilai reliabilitas

⁵⁹*Ibid*, Sugiono, "metode penelitian". h.182

dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α), suatu variabel dikatakan reliable apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,60$.⁶⁰

3.9. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa auto korelasi, multikolinieritas, dan heterokedastisitas tidak terdapat dalam penelitian ini dan data yang dihasilkan berdistribusi normal. Untuk mengetahui apakah model regresi linier dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai alat prediksi yang baik atau tidak, maka harus memenuhi semua uji asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik terdiri dari:

3.9.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.⁶¹ Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan cara: Untuk menguji apakah distribusi data normal ataupun tidak bisa dilakukan dengan cara:

1. Bila informasi(titik) menyebar disekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal 1 ataupun grafik histogramnya menampilkan pola distribusi normal, hingga model regresi penuhi normalitas.

⁶⁰ *Ibid*

⁶¹ *Ibid*, Azuar Juliandi dan Irfan, hal. 169

2. Bila informasi(titik) menyebar jauh dari diagonal serta/ ataupun tidak mengikuti arah garis diagonal ataupun grafik histogram tidak menampilkan pola distribusi normal, hingga model regresi tidak memenuhi anggapan normalitas. Kemudian dilakukan uji *one sampel kolmogorove smirnov*. Dengan pengambilan keputusan:

- a. Jika nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih kecil dari 0,05, maka diartikan bahwa data residual tidak berdistribusi normal.
- b. Jika nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih besar dari 0,05, maka diartikan bahwa data residual berdistribusi normal.⁶²

3.9.2. Uji Linearitas

Uji linearitas menggunakan uji F, dengan bantuan program *SPSS* versi 20. Uji linieritas dilakukan dengan analisis tabel ANOVA, kriteria yang diterapkan untuk menentukan kelinearitasan garis regresi adalah nilai koefisien signifikansi. Jika nilai koefisien signifikansi lebih besar dari alpha 5% atau 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa garis regresi berbentuk linear.⁶³ Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui linearitas hubungan masing-masing variabel bebas dengan variabel yang terikat.

3.9.3. Uji Multikolinieritas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel saling berhubungan secara linear. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari Variance

⁶² Syafrizal Helmi Situmorang, *Analisis Data*, (Medan: USU Press, 2014) hal. 169

⁶³ Imam Ghazali, *"Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS"*. (Semarang: Badan Penerbit UNIDIP, 2005), h. 147

Inflation Faktor (VIF) dan nilai tolerance. Adapun dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas dengan tolerance dan VIF adalah sebagai berikut:

1. Pedoman keputusan berdasarkan nilai tolerance
 - a. Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.
 - b. Jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,10 maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi.
2. Pedoman keputusan berdasarkan nilai VIF
 - a. Jika nilai VIF < 10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.
 - b. Jika nilai VIF > 10 maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi.⁶⁴

3.9.4 Uji Heteroskedastisitas

Heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan yang lain. Jika variasi residual dari satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas, dan jika varians berbeda disebut heterokedastisitas. Model yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Dalam penelitian ini pengujian menggunakan uji heterokedastisitas dengan metode analisis grafik. Metode ini dilakukan dengan mengamati scatterplot. Jika scatterplot membentuk pola tertentu maka menunjukkan adanya masalah heterokedastisitas pada model regresi.

⁶⁴ Suliyanti, *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta: Cv Andi, 2011), h. 90

Sedangkan jika scatterplot menyebar secara acak maka hal itu menunjukkan tidak terjadinya masalah pada model regresi.⁶⁵

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.⁶⁶

3.10. Uji Hipotesis

3.10.1 Uji Parsial (Uji T)

Untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas secara sendiri sendiri terhadap variabel terikat maka dilakukan uji T. Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelasan secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Dalam hal ini yang perlu diperhatikan adalah tabel coefficients dengan criteria penerrimaan/penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:⁶⁷

- a. Tolak H_0 jika nilai probabilitas \leq taraf signifikan sebesar 0.05 (sig. $\leq \alpha_{0.05}$).
- b. Terima H_0 jika nilai probabilitas $>$ taraf signifikan sebesar 0.05 (sig. $> \alpha_{0.05}$).

3.10.2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas dimasukkan dalam modal mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap

⁶⁵ *Ibid*, hal.95.

⁶⁶ Sugiono, "*Metode penelitian bisnis*", (Bandung: alfabeta, 2008), h.125-126

⁶⁷ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, "*metode penelitian kuantitatif*", Jakarta:Raja Grafindo (2016), h. 176

variabel terikat. Dalam uji ini, hal yang diperhatikan adalah tabel ANOVA dengan kriteria penerimaan/penolakan sebagai berikut:⁶⁸

- a. Tolak H_0 jika nilai probabilitas yang dihitung \leq probabilitas yang ditetapkan sebesar 0.05 (sig. $\leq \alpha_{0.05}$).
- b. Terima H_0 jika nilai probabilitas yang dihitung $>$ probabilitas yang ditetapkan sebesar 0.05 (sig. $> \alpha_{0.05}$).

3.11. Koefisien Determinasi R^2

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen (variabel bebas).⁶⁹ Bila determinasi totalnya (R^2) yang diperoleh mendekati 1 (satu) hingga bisa dikatakan terus menjadi kokoh model tersebut menerangkan ikatan variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Kebalikannya bila determinasi totalnya (R^2) kian mendekati 0 (nol) hingga terus menjadi lemah pengaruh variabel-variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Tidak seperti *R square*, nilai *adjusted R square* dapat naik ataupun turun apabila ada tambahan variabel independen kedalam model. Oleh sebab itu hendaknya di pakai nilai *adjusted R square* untuk mengevaluasi model regresi terbaik.

⁶⁸Azuar juliandi dan irfan, "metodologi penelitian kuantitatif", (Bandung: Citapustaka media perintis, 2013), h.175`

⁶⁹ *Ibid.*

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Kota Langsa merupakan salah satu daerah otonom baru dalam Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam (NAD) yang disahkan dengan Undang-undang nomor 3 tahun 2001. Sebelumnya, wilayah Kota Langsa termasuk dalam Kabupaten Aceh timur yang juga merupakan pusat pemerintahan dan ibukota Kabupaten Aceh Timur (RPJPD Kota Langsa 2005-2025). Namun, dilihat dari segi perkembangannya dari segi budaya, politik dan ekonomi, provinsi ini dituntut untuk mengembangkan diri sehingga pada tahun 2001 pemerintah Provinsi NAD membentuk Kota Langsa sebagai pemekaran dari Kabupaten Aceh Timur. Latar belakang pembentukan Kota Langsa sebagai sebuah kota karena pemerintah melihat Kota Langsa memiliki dinamika perkembangan yang sangat cepat baik secara sosial ekonomi maupun perkembangan bentuk fisik.⁷⁰

Jika dilihat dari perkembangan jumlah penduduk yang semakin pesat dari tahun ke tahun, Kecamatan Langsa Kota memiliki pertumbuhan penduduk yang pesat. Namun, karena keterbatasan lahan Oleh karena perkembangannya yang begitu pusat, kawasan Kecamatan Langsa Kota dijadikan sebagai kawasan pusat kota atau kawasan *Central Business District* (CBD). Tempat perbelanjaan

⁷⁰ Kota Langsa (www.langskota.go.id, 2022)

yang sudah ada saat ini terdiri dari pasar Blok B dan Langsa Town Square. Kemudian terdapat pula pasar pagi dan pasar buah.⁷¹

Pasar Blok B memiliki menjadi tempat perbelanjaan pakaian di Kota Langsa yang terletak di pusat pasar Kota Langsa atau berdampingan dengan Mesji Agung Darul Falah Kota Langsa. Setelah pembangunan dan peresmian, disekitar area pusat perbelanjaan ini muncul bangunan-bangunan ruko baru dan pusat perbelanjaan lainnya seperti Langsa Town Square (Latos). Secara visual semenjak hadirnya Pasar Blok B, kawasan perdagangan dan jasa Kota Langsa menjadi ramai akan kegiatan-kegiatan baru.

Pasar Blok B saat ini ditempat oleh pedagang pakaian dan sebagian ruko dijadikan tempat berdagang makanan dan minuman serta bahan lain seperti sepeda, kosmetik dan juga produk fashion seperti sepatu dan sandal. Usaha yang sudah berjalan di Pasar Blok B ada yang sudah mencapai 25 tahun dan terdapat pula yang masih baru beberapa tahun. Pasar Blok B dihuni sebanyak 126 pemilik usaha pakaian. Kemudian dari 126 pemilik usaha yang ada di Pasar Blok B di pilih sampel penelitian sebanyak 50 orang pemilik usaha. Pemilik usaha yang menjadi responden dengan jenis dagangan pakaian.⁷²

Pasar blok B Kota Langsa yang secara umum merupakan pasar penjual pakaian. Pasar ini tersedia pakaian dari balita hingga dewasa dan tersedia pula untuk laki-laki dan perempuan. Setiap pedagang pakaian disini memiliki ketersediaan atau menyediakan pakaian ada yang khusus untuk anak-anak, untuk

⁷¹ Kota Langsa (www.wikipedia.org, 2022)

⁷² Pasar tradisional Langsa Kota (www.puspaman.pom.go.id, 2022)

perempuan dewasa dan laki-laki dewasa. Tetapi terdapat pula pedagang pakaian yang khusus menyediakan pakaian anak-anak dan pakaian dalam dewasa.

Bagi pedagang yang ada di Pasar Blok B memiliki konsep menjual secara tradisional yaitu dengan cara tawar menawar antara pembeli dan penjual. Tawar menawar dilakukan sampai terjadi kesepakatan harga dan terjadi jual beli. Tawar-menawar merupakan seni dan keasikan tersendiri yang tak dapat dijumpai di pasar ini. Dengan menawar maka konsumen bisa mendapat harga yang lebih murah lagi. Tentu saja konsumen juga harus wajar dalam menawar agar tidak membuat penjual kesal. Para konsumen dengan menawar secara wajar, maka konsumen bisa mendapat harga yang lebih murah dan juga menjalin keakraban dengan penjual tersebut. Anda dapat membandingkan dengan penjual lain untuk dapat menentukan harga yang tepat saat menawar.

Keakaraban yang terjadi antara penjual dan pembeli di Pasar Blok B ini dapat menjadi pertukaran informasi. Hal ini juga menjadi kelebihan yang jarang dijumpai di pasar modern. Dengan membangun komunikasi pada penjual, maka kegiatan belanja tidak hanya sekadar belanja, tapi juga dapat memperoleh informasi. Apalagi bila penjual yang ditemui termasuk sabar dan suka berbagi cerita. Hal tersebut dimanfaatkan oleh para pedagang di Pasar Blok B untuk dijadikan pelanggan tetap.

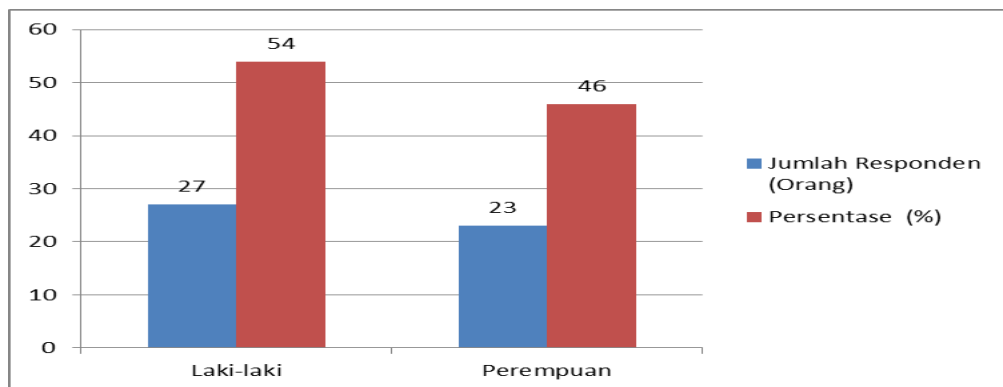
4.1.2. Karakteristik Responden

Penelitian menggunakan responden sebanyak 50 responden yang merupakan pedagang pada Pasar Blok B di Kota Langsa. Dari 50 responden tersebut telah diberikan kuesioner penelitian dan telah diterima kembali beserta

dengan jawabannya. Dari hasil penyebaran kuesioner tersebut dibuatkan data dalam bentuk tabulasi yang terdiri dari identitas responden yaitu usia, jenis kelamin dan pendidikan.

Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin pada pedagang pasar Blok B di Kota Langsa dapat dilihat pada grafik sebagai berikut:

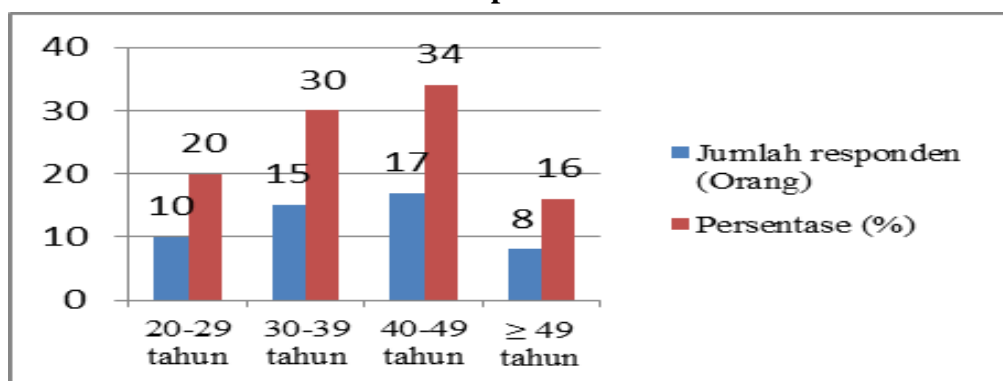
Gambar 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: data primer penelitian, diolah 2022

Berdasarkan data di atas dapat diketahui jumlah responden berdasarkan jenis kelamin. Laki-laki sebanyak 27 responden atau sebesar 54%, perempuan sebanyak 23 responden atau 46%.

Gambar 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

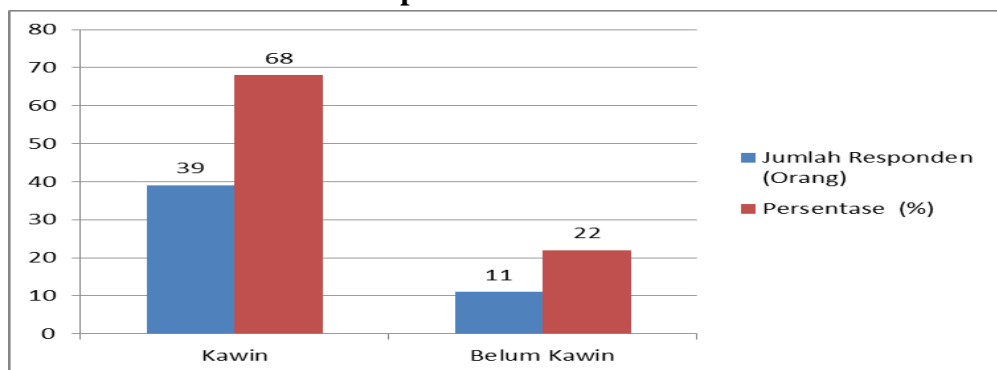


Sumber: data primer penelitian, diolah 2022

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa responden dengan umur 20-29 tahun sebanyak 10 responden atau sebesar 20%. Kemudian umur 30 sampai dengan 39 tahun sebanyak 15 responden atau sebesar 30% dan umur 40 sampai dengan 49 tahun hanya sebanyak 17 responden atau sebesar 34% serta lebih dari 49 tahun sebanyak 8 orang atau sebesar 16%.

Kemudian dapat diketahui pula status perkawinan pada tabel 4.5.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan

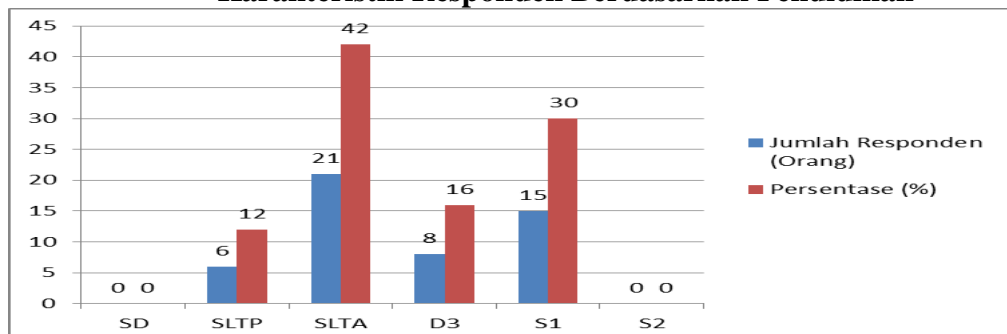


Sumber: data primer penelitian, diolah 2022

Berdasarkan data di atas dapat diketahui jumlah responden berdasarkan status perkawinan, menikah atau kawin 39 orang atau 68% dan belum kawin sebanyak 11 orang atau 22%.

Karakteristik responden tingkat pendidikan terakhir pada tabel berikut.

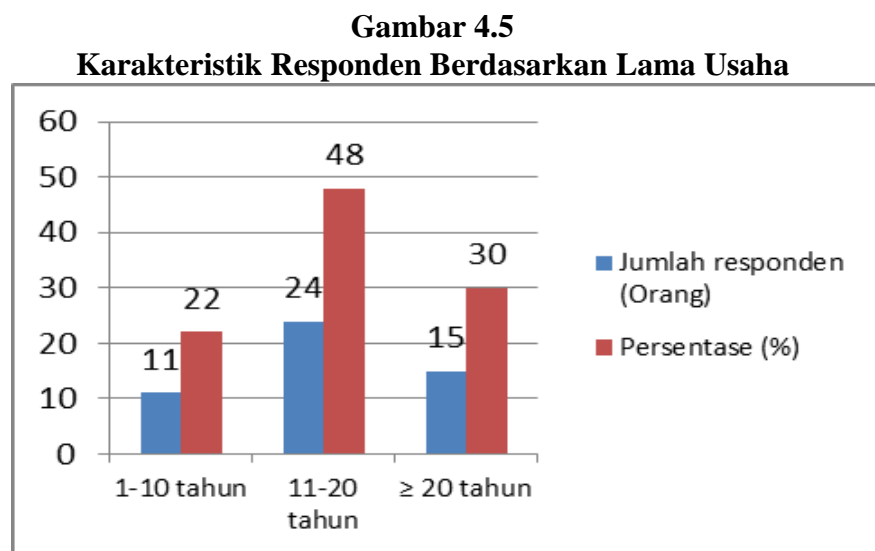
Gambar 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan



Sumber: data primer penelitian, diolah 2022

Berdasarkan data di atas dapat diketahui jumlah responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir yang ditamatkan responden. Pendidikan SD tidak ada, pendidikan SLTP sebanyak 6 responden atau sebesar 12%, tingkat pendidikan SLTA sebanyak 21 responden atau sebesar 42%, tingkat pendidikan D3 sebanyak 8 responden atau sebesar 16% tingkat pendidikan S1 sebanyak 15 responden atau sebesar 30% dan tidak ada yang berpendidikan S2.

Karakteristik responden berdasarkan lama usaha di Pasar Blok B dapat diketahui pada tabel berikut.

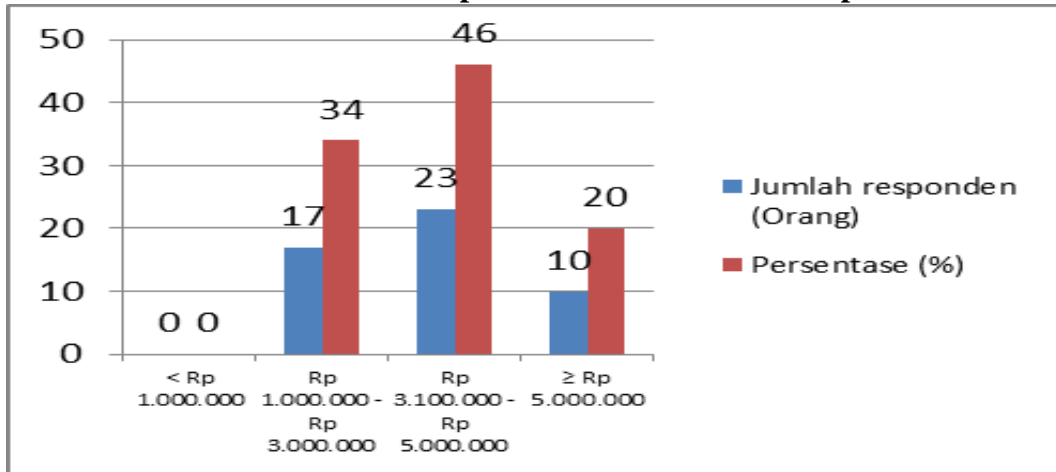


Sumber: data primer penelitian, diolah 2022

Berdasarkan data di atas dapat diketahui jumlah responden berdasarkan lama usaha di Pasar Blok B. Lama usaha 1-10 tahun sebanyak 11 responden atau sebesar 22%, lama usaha 11-20 tahun sebanyak 24 responden atau sebesar 48%, lama usaha lebih dari 20 tahun sebanyak 15 responden atau sebesar 30%.

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan berdagang di Pasar Blok B dapat diketahui pada tabel berikut.

Gambar 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan



Sumber: data primer penelitian, diolah 2022

Berdasarkan data di atas dapat diketahui jumlah responden berdasarkan pendapatan usaha di Pasar Blok B. pendapatan kurang dari Rp 1.000.000 tidak ada, pendapatan Rp 1.100.000 - Rp 3.000.000 sebanyak 17 responden atau sebesar 34%, pendapatan Rp 3.100.000 – Rp 5.000.000 sebanyak 23 responden atau sebesar 46%, pendapatan > Rp 5.000.000 sebanyak 10 responden atau sebesar 20%.

4.1.3. Penjelasan Responden Atas Variabel Penelitian

4.1.3.1. Penjelasan responden atas variabel X_1 (motivasi berwirausaha)

Analisis statistik deskriptif jawaban responden tentang variabel motivasi berwirausaha didasarkan pada jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan seperti terdapat dalam kuesioner yang

disebarkan pada responden. Variabel jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.1

Tabel 4.1
Penjelasan Responden atas Variabel Motivasi Berwirausaha

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban										Rata-rata Skor	Kategori
		SS=5		S=4		RR=3		TS=2		STS=1			
		F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor		
1	Saya memilih berwirausaha karena bebas dalam mengatur waktu, bebas dari supervisor, bebas dari aturan yang menekan, dan bebas dari budaya perusahaan/organisasi	10	50	26	104	8	24	6	12	-	-	3,80	Setuju
2	Saya merasa bebas mencapai standar hidup yang diharapkan, lepas dari rutinitas kerja yang berulang-ulang, karena harus mengikuti visi, misi dan impian orang lain	8	40	23	92	10	30	9	18	-	-	3,60	Setuju
3	Hobi yang saya punya sepassion dengan bisnis yang saya jalankan sehingga dapat membantu mengembangkan usaha bisnis saya	16	80	19	76	8	24	7	14	-	-	3,88	Setuju
4	Saya mampu langsung menerapkan ide baru yang dihasilkan untuk mengembangkan usaha bisnis	14	70	23	92	5	15	8	16	-	-	3,86	Setuju
5	Saya merasa sudah memiliki pengalaman, kemampuan dan keterampilan dalam hal berwirausaha	13	65	26	104	9	27	2	4	-	-	4,00	Setuju
6	Saya merasa sudah mampu untuk memimpin dan memotivasi orang lain	10	50	19	76	12	36	9	18	-	-	3,60	Setuju
7	Saya merasakan adanya tantangan yang terjadi pada saat saya mulai berbisnis	8	40	23	92	12	36	7	14	-	-	3,64	Setuju

Sumber: data primer penelitian, diolah 2022

Rata-rata skor dilihat dari skala interval

STS = 0,00-1,80 TS = 1,81-2,60 RR = 2,61-3,40 S = 3,41-4,20 SS = 4,21-5,00

Penjelasan responden mengenai berdagang di pasar Blok B Kota

Langsa tentang motivasi berwirausaha karena bebas dalam mengatur waktu, aturan atasan yang menekat dan budaya perusahaan, mayoritas responden menjawab setuju 26 orang dan sangat setuju 10 orang dan dapat dinyatakan bahwa memilih berwirausaha adalah untuk lepas dari ikatan kerja dengan orang lain yaitu bebas mengatur waktu karena

dengan usaha sendiri maka harus dapat mengatur sendiri serta tidak akan ada tekanan dari atasan.

Penjelasan responden mengenai bebas mencapai standard hidup, lepas dari rutinitas yang berulang dan tidak mengikuti visi misi orang lain. Diperoleh mayoritas jawaban responden setuju sebanyak 23 orang dan sangat setuju 8 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan berwirausaha maka dapat mencapai standard hidup yang diharapkan serta akan lepas dari rutinitas kerja di perusahaan yang secara terus menerus berulang dan bebas dari mengikuti visi, misi serta impian dari orang lain.

Penjelasan responden mengenai perasaan semangat atas bisnis yang dijalanka dan dapat mengembangkan usaha. Diperoleh mayoritas jawaban responden setuju sebanyak 19 orang dan sangat setuju 16 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa semangat yang ada padi diri untuk berwirausaha karena akan dapat mengembangkan bisnis yang akan dijalankan. Pengembangan dapat berupa peningkatan penjualan, penambahan modal dan perluasan usaha.

Penjelasan responden mengenai kemampuan menerapkan ide baru yang dihasilkan untuk pengembangan bisnis. Diperoleh mayoritas jawaban responden setuju sebanyak 23 orang dan sangat setuju 14 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan memiliki kemampuan dalam menerapkan ide baru pada usaha yang dijalankan maka dapat mengembangkan usaha bisnis saat ini.

Penjelasan responden mengenai kepemilikan pengalaman, kemampuan dan keterampilan dalam berwirausaha. Diperoleh mayoritas jawaban responden setuju sebanyak 26 orang dan sangat setuju 13 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa pedagang di pasar Blok B memiliki pengalaman yang bermanfaat dalam usaha yang dijalankan, selain pengalaman juga memiliki kemampuan dan keterampilan dalam menjalankan usahanya.

Penjelasan responden mengenai sudah mampu memimpin dan memotivasi orang lain. Diperoleh mayoritas jawaban responden setuju sebanyak 19 orang dan sangat setuju 10 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa pedagang di pasar Blok B memiliki kemampuan dalam memimpin usahanya dan dapat memotivasi karyawannya dalam menjalankan usahanya.

Penjelasan responden mengenai adanya tantangan saat memulai bisnis. Diperoleh mayoritas jawaban responden setuju sebanyak 23 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa pedagang di pasar Blok B memiliki pada saat memulai usahanya menghadapi tantangan. Tantangan yang dirasakan seperti halnya tempat, modal yang digunakan, belum adanya pelanggan, serta sulitnya meningkatkan penjualan.

4.1.3.2. Penjelasan responden atas variabel X₂ (Keunggulan Bersaing)

Analisis statistik deskriptif jawaban responden tentang variabel

keunggulan bersaing didasarkan pada jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan seperti terdapat dalam kuesioner yang disebarakan pada responden. Variabel jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.2

Tabel 4.2
Penjelasan Responden atas Variabel Keunggulan Bersaing

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban										Rata-rata Skor	Kategori
		SS=5		S=4		RR=3		TS=2		STS=1			
		F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor		
1	Produk yang saya tawarkan berbeda serta unik daripada para pesaing	11	55	24	96	8	24	7	14	-	-	3,78	Setuju
2	Kualitas produk yang saya tawarkan sesuai dengan standar konsumen	8	40	23	92	12	36	7	14	-	-	3,64	Setuju
3	Harga yang saya tawarkan lebih kompetitif dibandingkan pesaing	5	25	28	112	19	57	7	14	-	-	3,62	Setuju
4	Harga produk yang saya tawarkan terjangkau dikalangan masyarakat	11	55	25	100	8	24	6	12	-	-	3,82	Setuju
5	Bahan yang saya tawarkan kepada konsumen memiliki standar yang berkualitas	10	50	29	114	7	21	4	8	-	-	3,90	Setuju

Sumber: data primer penelitian, diolah 2022

Rata-rata skor dilihat dari skala interval

STS = 0,00-1,80 TS = 1,81-2,60 RR = 2,61-3,40 S = 3,41-4,20 SS= 4,21-5,00

Penjelasan responden mengenai produk yang disediakan untuk konsumen berbeda dan memiliki keunikan dari pesaing. Diperoleh mayoritas jawaban responden setuju sebanyak 24 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa pedagang di pasar Blok B menyediakan barang yang sama tetapi terdapat pula barang-barang berbeda dengan pesaingnya dan barang tersebut unik atau tidak dimiliki pesaing.

Penjelasan responden mengenai produk yang sesuai standar. Diperoleh mayoritas jawaban responden setuju sebanyak 23 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa pedagang di pasar Blok B menyediakan barang yang memiliki kualitas baik dan siap untuk

ditawarkan kepada konsumennya. Barang-barang yang disediakan juga menurut pedagang adalah sesuai standard permintaan konsumen yaitu standard antara kualitas dan harga.

Penjelasan responden mengenai produk yang ditawarkan terjangkau. Diperoleh mayoritas jawaban responden setuju sebanyak 28 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa pedagang di pasar Blok B menyediakan barang dengan harga yang kompetitif dibandingkan pesaing.

Penjelasan responden mengenai harga produk yang ditawarkan lebih kompetitif dari pesaing. Diperoleh mayoritas jawaban responden setuju sebanyak 25 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa pedagang di pasar Blok B menyediakan barang dengan harga terjangkau di kalangan masyarakat Kota Langsa.

Penjelasan responden mengenai produk dengan bahan yang berkualitas. Diperoleh mayoritas jawaban responden setuju sebanyak 29 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa pedagang di pasar Blok B menyediakan barang-barang dengan bahan yang berkualitas atau sesuai standar yaitu bermanfaat serta aman digunakan konsumen yang membelinya.

4.1.3.3. Penjelasan responden atas variabel Y (Keberhasilan Usaha)

Analisis statistik deskriptif jawaban responden tentang variabel keberhasilan usah didasarkan pada jawaban responden atas

pertanyaan-pertanyaan seperti terdapat dalam kuesioner yang disebarakan pada responden. Variabel jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.3

Tabel 4.3
Penjelasan Responden atas Variabel Keberhasilan Usaha

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban										Rata-rata Skor	Kategori
		SS=5		S=4		RR=3		TS=2		STS=1			
		F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor		
1	Saya merasa adanya balik modal yang terjadi	14	70	22	88	12	36	2	4	-	-	3,96	Setuju
2	Saya merasa adanya peningkatan pendapatan / omset serta laba pada usaha bisnis	18	90	25	100	6	18	1	2	-	-	4,20	Setuju
3	Saya merasa terjadinya peningkatan volume penjualan terhadap segala produk pakaian yang saya tawarkan	20	100	28	112	1	3	1	2	-	-	4,34	Sangat Setuju
4	serta saya merasa mampu menciptakan hubungan yang baik dengan konsumen/pelanggan sehingga mau datang kembali	14	70	28	112	8	24	-	-	-	-	4,12	Setuju
5	Saya merasa terjadinya peningkatan pelanggan pada usaha saya	13	65	20	80	13	39	4	8	-	-	3,84	Setuju
6	Saya merasa adanya daya saing yang meningkat	16	80	29	116	4	12	1	2	-	-	4,22	Sangat Setuju
7	Saya mampu menciptakan lapangan pekerjaan, walaupun tidak sebanyak yang ditampung oleh perusahaan dan lain sebagainya	20	100	27	108	3	9	-	-	-	-	4,34	Sangat Setuju
8	Saya merasa dapat memberi pengalaman bisnis kepada para pekerja	19	95	26	104	4	12	1	2	-	-	4,26	Sangat Setuju

Sumber: data primer penelitian, diolah 2022

Rata-rata skor dilihat dari skala interval

STS = 0,00-1,80 TS = 1,81-2,60 RR = 2,61-3,40 S = 3,41-4,20 SS= 4,21-5,00

Penjelasan responden mengenai modal yang sudah kembali.

Diperoleh mayoritas jawaban responden setuju sebanyak 22 orang.

Hal tersebut menunjukkan bahwa pedagang di pasar Blok B dalam melakukan bisnis atau berdagang telah memperoleh bahwa modal yang sudah digunakan dalam operasional usaha telah kembali atau telah *break even point* (BEP).

Penjelasan responden mengenai peningkatan pendapatan atau laba dari usaha. Diperoleh mayoritas jawaban responden setuju sebanyak 25 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa pedagang di pasar Blok B dalam merasakan akan adanya peningkatan pendapatan atas usaha yang dilakukan serta dari omzet penjualan serta memprolah laba pada usaha bisnis.

Penjelasan responden mengenai peningkatan volume penjualan untuk produk penjualan pakaian. Diperoleh mayoritas jawaban responden setuju sebanyak 28 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa pedagang di pasar Blok B merasa bahwa volume penjualan pakaian meningkat dan berdampak pada peningkatan penjualan pakaian yang telah ditawarkan kepada konsumen.

Penjelasan responden mengenai mampu menciptakan hubungan baik dengan konsumen. Diperoleh mayoritas jawaban responden setuju sebanyak 28 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa pedagang di pasar Blok B dalam menjalankan usahanya melakukan hubungan baik dengan para konsumennya sehingga konsumen dapat datang kembali ke usahanya.

Penjelasan responden mengenai peningkatan pelanggan. Diperoleh mayoritas jawaban responden setuju sebanyak 20 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa pedagang di pasar Blok B dalam

menjalankan usahanya memperoleh peningkatan pelanggan pada usaha-usaha mereka.

Penjelasan responden mengenai adanya daya saing. Diperoleh mayoritas jawaban responden setuju sebanyak 29 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa pedagang di pasar Blok B memiliki daya saing dalam menjalankan bisnisnya dan hal tersebut terus meningkatkan usaha yang dilakukan saat ini.

Penjelasan responden mengenai adanya lapangan pekerjaan atas usaha yang dijalankan. Diperoleh mayoritas jawaban responden setuju sebanyak 27 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya usaha yang dijalankan saat ini menciptakan lapangan pekerjaan yaitu adanya karyawan yang dipekerjakan walaupun hanya dalam jumlah kecil.

Penjelasan responden mengenai adanya pengalaman bisnis yang dijalankan. Diperoleh mayoritas jawaban responden setuju sebanyak 26 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa pedagang di pasar Blok B dalam menjalankan usahanya memperoleh pengalaman bisnis yang dapat diberikan kepada karyawannya.

4.1.4. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan dengan menguji hasil r hitung dengan r tabel, apabila r hitung $>$ r tabel maka instrumen dinyatakan valid dan sebaliknya. Nilai r hitung diperoleh dari hasil analisis data penelitian dan r tabel diperoleh dari $df = n - 2$ ($50 - 2 = 48$) pada $\alpha 5\%$ 0,2787 Hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel 4.4
Uji Validitas Motivasi Berwirausaha (X₁)

Butir Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Motivasi berwirausaha (X₁)			
Saya memilih berwirausaha karena bebas dalam mengatur waktu, bebas dari supervisor, bebas dari aturan yang menekan, dan bebas dari budaya perusahaan/organisasi	0,565	0,2787	Valid
Saya merasa bebas mencapai standar hidup yang diharapkan, lepas dari rutinitas kerja yang berulang-ulang, karena harus mengikuti visi, misi dan impian orang lain	0,583	0,2787	Valid
Hobi yang saya punya sepassion dengan bisnis yang saya jalankan sehingga dapat membantu mengembangkan usaha bisnis saya	0,594	0,2787	Valid
Saya mampu langsung menerapkan ide baru yang dihasilkan untuk mengembangkan usaha bisnis	0,686	0,2787	Valid
Saya merasa sudah memiliki pengalaman, kemampuan dan keterampilan dalam hal berwirausaha	0,597	0,2787	Valid
Saya merasa sudah mampu untuk memimpin dan memotivasi orang lain	0,345	0,2787	Valid
Saya merasakan adanya tantangan yang terjadi pada saat saya mulai berbisnis	0,519	0,2787	Valid

Sumber: Data Primer Penelitian, diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa dari 7 pernyataan pada variabel penelitian motivasi berwirausaha secara keseluruhan valid dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,2787, dan instrumen yang akan digunakan dapat mengukur variabel yang diteliti.

Tabel 4.5
Uji Validitas Keunggulan Bersaing (X₂)

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Keunggulan bersaing (X₂)			
Produk yang saya tawarkan berbeda serta unik daripada para pesaing	0,543	0,2787	Valid
Kualitas produk yang saya tawarkan sesuai dengan standar konsumen	0,644	0,2787	Valid
Harga yang saya tawarkan lebih kompetitif dibandingkan pesaing	0,616	0,2787	Valid
Harga produk yang saya tawarkan terjangkau dikalangan masyarakat	0,662	0,2787	Valid
Bahan yang saya tawarkan kepada konsumen memiliki standar yang berkualitas	0,694	0,2787	Valid

Sumber: Data Primer Penelitian, diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa dari 5 pernyataan pada variabel penelitian keunggulan bersaing secara keseluruhan valid dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,2787, dan instrumen yang akan digunakan dapat mengukur variabel yang diteliti.

Tabel 4.6
Uji Validitas Keberhasilan Usaha (Y)

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Keberhasilan usaha (Y)			
Saya merasa adanya balik modal yang terjadi	0,685	0,2787	Valid
Saya merasa adanya peningkatan pendapatan / omset serta laba pada usaha bisnis	0,540	0,2787	Valid
Saya merasa terjadinya peningkatan volume penjualan terhadap segala produk pakaian yang saya tawarkan	0,650	0,2787	Valid
serta saya merasa mampu menciptakan hubungan yang baik dengan konsumen/pelanggan sehingga mau datang kembali	0,469	0,2787	Valid
Saya merasa terjadinya peningkatan pelanggan pada usaha saya	0,772	0,2787	Valid
Saya merasa adanya daya saing yang meningkat	0,324	0,2787	Valid
Saya mampu menciptakan lapangan pekerjaan, walaupun tidak sebanyak yang ditampung oleh perusahaan dan lain sebagainya	0,281	0,2787	Valid
Saya merasa dapat memberi pengalaman bisnis kepada para pekerja	0,531	0,2787	Valid

Sumber: Data Primer Penelitian, diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 8 pernyataan pada variabel keberhasilan usaha diperoleh nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,2787, dan instrumen yang akan digunakan dapat mengukur variabel yang diteliti.

4.1.5. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas *cronbach's Alpha* $> 0,6$ dengan demikian maka secara keseluruhan butir pernyataan dinyatakan reliabel atau hasil dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	R tabel	Keterangan
Motivasi Berwirausaha	0,621	0,60	Reliabel
Keunggulan Bersaing	0,618	0,60	Reliabel
Keberhasilan usaha	0,659	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer Penelitian, diolah 2022

Dari tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *cronbach alpha* $> 0,60$. Dengan demikian variabel motivasi berwirausaha, keunggulan bersaing serta keberhasilan usah akuntansi *reliable*, artinya alat ukur yang digunakan memiliki stabilitas dan konsisten. Jika digunakan secara berulang kali dengan asumsi tidak berubah.

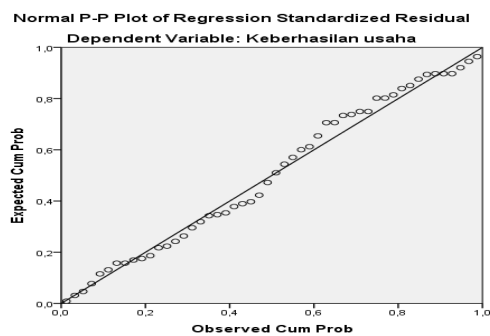
4.1.6. Hasil Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya normalitas residual dan heterokedastisitas pada model regresi serta linieritas variabel.

Berdasarkan hasil pengujian segala penyimpangan klasik terhadap data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

4.1.6.1. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan grafik metode normal p-plot dan uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.



Gambar 4.7 Normal P-Plot

Sumber: data primer penelitian, diolah 2022

Berdasarkan grafik normal *P-P Plot of Regression Standardized Residual* diketahui bahwa titik-titik plotting penyebaran data masih berada pada garis diagonal dan dapat dinyatakan bahwa asumsi normalitas dalam penelitian ini dapat terpenuhi. Kemudian one-sample kolmogorov-smirnov test sebagai berikut:

Tabel 4.8
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,73762243
Most Extreme Differences	Absolute	,090
	Positive	,065
	Negative	-,090
Kolmogorov-Smirnov Z		,637
Asymp. Sig. (2-tailed)		,812

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: data primer penelitian, diolah 2022

Berdasarkan tabel *one-sample kolmogorove smirnov* diperoleh nilai $\text{sig} > \alpha 5\%$ ($0,812 > 0,05\%$) atau data berdistribusi normal dan dapat dinyatakan bahwa asumsi normalitas dalam penelitian ini dapat terpenuhi.

4.1.6.2. Uji Linieritas

Uji linearitas atau *test of linearity* dengan kriteria jika nilai signifikansi pada *linearity* $> 0,05$, maka antara variabel bebas dan variabel terikat terdapat hubungan yang linear. Hasil uji linieritas sebagai berikut:

Tabel 4.9
Uji linieritas
ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keberhasi	(Combined)	345,031	15	23,002	5,726	,000
lan usaha	Between	316,627	1	316,627	78,815	,000
*	Groups	28,405	14	2,029	,505	,914
Motivasi	Linearity					
berwiraus	Deviation from					
aha	Linearity					
	Within Groups	136,589	34	4,017		
	Total	481,620	49			

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keberhasi	(Combine	292,997	12	24,416	4,789	,000
lan usaha	d)					
*	Between	229,581	1	229,581	45,034	,000
	Groups	63,416	11	5,765	1,131	,366
Keunggul	Deviation from					
an	Linearity					
bersaing	Within Groups	188,623	37	5,098		
	Total	481,620	49			

Sumber: data primer penelitian, diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa nilai *linierity* > 5%, motivasi berwirausaha diperoleh $0,914 > 0,05$, pada variabel keunggulan bersain $0,366 > 0,05$, dapat dinyatakan antara variabel bebas dan terikat terdapat hubungan yang linear.

4.1.6.3. Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas dapat diketahui pada tabel 4.6

Tabel 4.10
Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Motivasi berwirausaha	0,535	1,869
Keunggulan bersaing	0,535	1,869

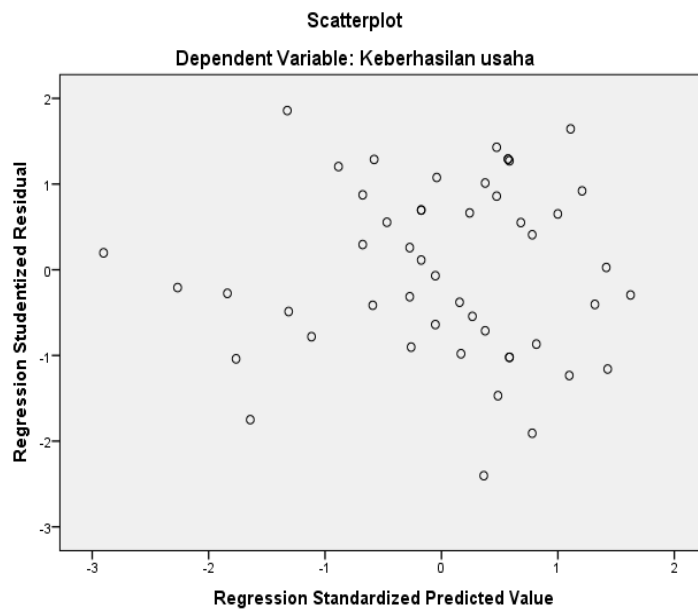
Sumber: data primer penelitian, diolah 2022

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.6 diketahui bahwa nilai dari *tolerance* > 0,1 yaitu untuk motivasi berwirausaha $0,535 > 0,1$, keunggulan bersaing $0,535 > 0,1$ kemudian nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10, motivasi berwirausaha $1,869 < 10$, keunggulan bersaing $1,869 < 10$, dapat dinyatakan pada semua variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

4.1.6.4. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu

pengamatan ke pengamatan lain. Uji heterokedastisitas pada penelitian ini menggunakan grafik scatterplot.



Gambar 4.2. Scaterplots

Sumber: data primer penelitian, diolah 2022

Berdasarkan output spss bahwa Scatterplot memiliki titik-titik tidak membentuk pola berkumpul atau titik-titik plot menyebar di atas dan dibawah titik original (0) pada sumbu Y, dan dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas sehingga memenuhi asumsi heteroskedastisitas. Kemudian diperkuat dengan hasil regression menggunakan Unstandardized Residual dengan nilai sig > 0,05.

4.1.7. Uji Regresi Linier Berganda

Pengaruh atau hubungan secara linier dari variabel bebas terdiri dari motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing dengan satu variabel dependen yaitu keberhasilan usaha dapat dilihat hasilnya pada tabel berikut.

Tabel 4.11
Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13,556	1,939		6,991	,000
1 Motivasi berwirausaha	,543	,094	,635	5,750	,000
Keunggulan bersaing	,287	,123	,257	2,327	,024

a. Dependent Variable: Keberhasilan usaha

Sumber: data primer penelitian, diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.11 dapat dibuat persamaan regresi linier berganda yaitu: $Y = 13,556 + 0,543X_1 + 0,287X_2$. Berdasarkan persamaan regresi linier berganda dapat dijelaskan bahwa konstanta (a) adalah sebesar 13,556, dapat dijelaskan jika motivasi berwirausaha X_1 , keunggulan bersaing $X_2 = 0$ atau dianggap konstan (tetap), maka keberhasilan usaha adalah sebesar 13,556.

Nilai koefisien regresi variabel motivasi berwirausaha sebesar 0,543 artinya jika motivasi berwirausaha meningkat sebesar 1 skala (dalam arti peningkatan pada tanggapan mengenai motivasi berwirausaha) maka tingkat keberhasilan usaha akan meningkat sebesar 0,543, dengan asumsi variabel keunggulan bersaing bernilai tetap.

Nilai koefisien regresi variabel keunggulan bersaing sebesar 0,287 artinya jika keunggulan bersaing meningkat sebesar 1 skala (dalam arti peningkatan pada tanggapan mengenai keunggulan bersaing) maka tingkat keberhasilan usaha akan meningkat sebesar 0,287 satuan, dengan asumsi variabel motivasi berwirausaha tetap.

4.1.8. Hasil Uji t

Pengujian hipotesis digunakan untuk melihat signifikansi variabel independen mempengaruhi variabel dependen yang dilakukan secara parsial atau individu. Uji t dilakukan dengan menggunakan t hitung dan t tabel yang diperoleh dari $df = n-k (50-3) = 47$ pada $\alpha 5\% = 2,011$. Secara rinci t hitung dan t sig dapat dilihat pada tabel 4.12 kolom sig.

Tabel 4.12
Uji t

No	Variabel	t hitung	t tabel	Sig	Alpha α 5%
1	Motivasi berwirausaha	5,750	2,011	0,000	0,05
2	Keunggulan bersaing	2,327	2,011	0,024	0,05

Sumber: data primer penelitian, diolah 2022

Hasil uji hipotesis secara parsial sebagai berikut:

- a. Motivasi berwirausaha diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,750 > 2,011$) dan nilai $t_{sig} < \alpha 5\%$ ($0,000 < 0,050$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial motivasi berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pedagang di Pasar Blok B Kota Langsa.
- b. Keunggulan bersaing diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,327 > 2,011$) dan nilai $t_{sig} < \alpha 5\%$ ($0,024 < 0,050$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pedagang di Pasar Blok B Kota Langsa.

4.1.9. Hasil Uji F

Uji hipotesis secara simultan atau uji F dengan membandingkan nilai F hitung dan F tabel serta F sig dengan $\alpha 5\%$. Nilai F hitung dapat diketahui

pada tabel Anova dan F tabel diperoleh dari ($df_1 = n-k$ ($50-3=47$), $df_2 = k-1$ ($3-1=2$) pada α 5%) = 3,20), serta F sig dan nilai α 5%.

Tabel 4.13
Uji F (simultan)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	333,673	2	166,836	53,001	,000 ^b
Residual	147,947	47	3,148		
Total	481,620	49			

a. Dependent Variable: Keberhasilan usaha

b. Predictors: (Constant), Keunggulan bersaing, Motivasi berwirausaha

Sumber: data primer penelitian, diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($53,001 > 3,20$) dan nilai $F_{sig} < \alpha$ 5% ($0,000 < 0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, dapat dinyatakan bahwa motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pedagang di Pasar Blok B Kota Langsa.

4.1.10. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.14
Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,832 ^a	,693	,680	1,77421

a. Predictors: (Constant), Keunggulan bersaing, Motivasi berwirausaha

b. Dependent Variable: Keberhasilan usaha

Sumber: data primer penelitian, diolah 2022

Hasil olah data dengan spss pada tabel 4.14 menunjukkan bahwa variabel independen motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing mampu menjelaskan variabel dependen keberhasilan usaha dengan nilai koefisien determinasi (R^2) dari kolom *R Square* yang digunakan karena variabel bebas hanya 2 variabel sedangkan bila variabel bebas lebih dari 2 maka menggunakan *Adjusted R Square*. Nilai *R Square* diperoleh sebesar 0,693 = 69,3%, sedangkan sisanya ($100\% - 69,3\%$) = 30,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pedagang di Pasar Blok B Kota Langsa yang diketahui dari hasil analisis data dengan menggunakan regresi linier dan uji t dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,543 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,327 > 2,011$) dan nilai $t_{sig} < \alpha$ 5% ($0,024 < 0,050$). Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa, motivasi berwirausaha muncul pada diri pedagang di Pasar Blok B karena bebas mengatur waktu, bebas dari supervisor, bebas dari aturan yang menekan dan bebas dari budaya perusahaan. Motivasi juga tercipta karena pedagang di Pasar Blok B bebas mencapai standar hidup yang diharapkan, lepas dari rutinitas kerja yang berulang-ulang, karena harus mengikuti visi, misi dan impian perusahaan. Selain itu motivasi juga muncul karena adanya hobi untuk berbisnis dan dengan menjalankan usaha di Pasar Blok B adalah untuk peluang usaha dan

perlu pengembangan. Pedagang di Pasar Blok B juga termotivasi karena mampu menerapkan ide bisnis yang dihasilkan atas usaha bisnisnya serta merasa sudah memiliki pengalaman berdagang serta para pedagang merasa bahwa dengan usahanya saat ini dapat menjadi pemimpin serta dapat memotivasi orang lain. Motivasi lainnya adalah adanya tantangan dalam berbisnis.

Hasil penelitian ini juga didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dyah Ayu Ardiyati & Zulkarnen Mora melakukan penelitian dengan judul Pengaruh minat usaha dan motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha wirausaha muda dikota Langsa, dimana variabel motivasi usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Demikian juga pada penelitian Wangsit Ajeng Utama dengan judul penelitian Pengaruh motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha (studi kasus pada usaha UMKM pakaian diMabar), bahwa variabel motivasi berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

4.2.2. Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Usaha

Keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan informasi akuntansi yang diketahui dari hasil analisis data dengan menggunakan regresi linier dan uji t dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,287 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,327 > 2,011$) dan nilai $t_{sig} < \alpha$ 5% ($0,024 < 0,050$). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui, dengan produk yang disediakan berbeda dari pesaing, kualitas produk yang disediakan pedagang sesuai standar yang dicari konsumen, harga yang lebih

kompetitif dibandingkan pesaing, harga produk yang ditawarkan terjangkau dan bahan yang disediakan berkualitas serta sesuai harga.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh A., Frans, Dahmiri & Indrawijaya Sigit dengan judul, Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Usaha pada Rumah Makan Dendeng Batokok Di Provinsi Jambi, dimana variabel keunggulan bersaing memberikan pengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

4.2.3. Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil penelitian diketahui bahwa motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pedanga di Pasar Blok B Kota Langsa yang diketahui dari hasil analisis data dengan menggunakan uji F, nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($53,001 > 3,20$) dan nilai $F_{sig} < \alpha$ 5% ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan diketahui bahwa motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing dapat menciptakan keberhasilan usaha dari segi volume penjualan yang meningkat serta berdampak pada pendapatan yang meningkat dan akhirnya modal juga dapat bertambah atas hasil yang diperoleh. Hal tersebut juga berkaitan dengan akan adanya peningkatan produktivitas dan penyerapan tenaga kerja.

Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh A., Frans, Dahmiri & Indrawijaya Sigit dengan judul, Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Usaha pada Rumah Makan

Dendeng Batokok Di Provinsi Jambi, dimana variabel keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha serta penelitian Wangsit Ajeng Utama dengan judul penelitian Pengaruh motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha (studi kasus pada usaha UMKM pakaian diMabar), bahwa variabel motivasi berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

1. Hasil pengujian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Maka hipotesis H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi motivasi berwirausaha maka akan semakin tinggi keberhasilan usaha pedagang pasar Blok B Kota Langsa.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Maka hipotesis H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi keunggulan bersaing maka akan semakin tinggi keberhasilan usaha pedagang pasar Blok B Kota Langsa.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Maka hipotesis H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing maka akan semakin tinggi keberhasilan usaha pedagang pasar Blok B Kota Langsa.

5.2. Saran

Saran yang dapat disampaikan, antara lain:

1. Bagi pemilik usaha di Pasar Blok B Kota Langsa perlu terus meningkatkan

motivasi berwirausaha melalui mencoba melakukan inovasi dalam berbisnis seperti melakukan penjualan secara online serta berani menyediakan produk yang lebih berkualitas dari pesaing dan tetap memperhatikan jumlah konsumen yang benar-benar memiliki daya beli atas produk yang berkualitas, sehingga keberhasilan usaha dapat terus ditingkatkan melalui peningkatan penjualan.

2. Persaingan dengan sesama pedagang di Pasar Blok B maupun dengan pedagang Langsa Town Square perlu dilakukan dengan cara pelayanan yang lebih baik kepada konsumen dengan keramahan serta dapat memberikan informasi produk yang sedetail mungkin akan kelebihan produk-produk yang tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

Adhe Octavionica, skripsi: *"pengaruh motivasi berwirausaha serta lingkungan internal dan eksternal terhadap minat berwirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi universitas lampung"*, 2016.

Adijati Utaminingsih, *Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UKM Kerajinan Rotan Di Desa Teluk Wetan Welahan Jepara*, Jurnal No. 2, Juli, Vol. 31, 2016.

Arasy Alimudin, *"Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan dan Kinerja Usaha Kecil Sektor Perdagangan di Kota Surabaya"*. Jurnal Ilmiah, 2012.

Avin Fadilla Helmi, *kewirausahawan di perguruan tinggi dalam perspektif psikologi*, Volume 17, No. 2, Tahun 2016.

Azuar Juliandi dan Irfan, *metodologi penelitian kuantitatif*. (Bandung: Citapustaka media perintis, 2013).

Bukhari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islami*, (Bandung: Alfabeta, 2003).

Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), Edisi ke-3.

Dwi Gemina, Endang Silaningsih, dan Erni Yuningsih, *"Jurnal: Manajemen Teknologi Vol.15, No. 3 | 2016, h.301"*

David. A. Aaker, *Manajemen Ekuitas Merek* (Jakarta: Mitra Utama, 2001)

Dyah Ayu Ardiyanti & Zulkarnen Mora: *"Pengaruh Minat Usaha dan Motivasi Usaha terhadap..."*,. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol 10, No 2 Juli 2019.

Haris Pinagaran Nasution, (2018) *"Pengaruh Sikap dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi kasus program mahasiswa wirausaha politeknik negeri Medan"*.

Hendri Tanjung dan Abrista Devi, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gramata Publishing, 2013).

Henry Faizal, Noor. (2007). *Ekonomi manajerial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

<https://tafsirq.com/28-al-qasas/ayat-77> diakses pada tanggal 22/04/2021

<https://tafsirq.com/65-at-talaq/ayat-3#tafsir-jalalayn> diakses pada tanggal 22/04/2021

<https://tafsirq.com/4-an-nisa/ayat-29> diakses pada tanggal 24/04/2021

<http://e-journal.uajy.ac.id/11423/3/TA142382.pdf>, diakses pada tanggal 22/04/21

<https://id.wikipedia.org> , diakses pada tanggal 22/04/21

https://id.wikipedia.org/wiki/Keunggulan_kompetitif

https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1871/8/12.%20UNIKOM_21215244_SYARAH%20SYAFIRA_BAB%20II.pdf, diakses pada tanggal 22/04/2021

Ina Primiana. (2009).”*Menggerakkan sektor riil UKM & industri*” .Bandung :Alfabeta.

Ismail Solihin, Pengantar Bisnis, Pengenalan Peraktis Dan Studi Kasus, (Jakarta: Ken cana, 2006).

Mohammad Mulyadi, *Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya*.

Noor, 2007.”*Keberhasilan usaha dan kasus-kasus dalam usaha*”, Erlangga:Jakarta.

Nurdin Nurdiana, skripsi:” *pengaruh motivasi dan kreativitas usaha terhadap keberhasilan usaha (studi kasus UMKM di seda Telaga Murni)*”,2020

Perpres RI No. 112 tahun 2007 diakses pada tanggal 22 Apr. 21

Porter, M. E, “*Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance* (1st ed.)”. New York, diakses pada tanggal 22/04/21 melalui https://id.wikipedia.org/wiki/Keunggulan_kompetitif

RachmadiUsman,”*Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*”,(Jakarta:Sinar Grafika,2013).

Rosetyadi Artistyan Firdausa,skripsi:”*pengaruh modal awal,lama usaha dan jam kerja terhadap pendapatan pedagang kios di pasar Bintaro Demak*”,17 Desember 2012.

Satyagraha, Hadi. “*Keunggulan Bersaing dan Aliansi Strategis: Resefinisi SWOT*”. Usahawan. No.4,Th.XXIII.

Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013).

Umandi Suryabrata, metodologi penelitian. (Jakarta: Raja grafindo persada).2018

Venesaar, Ene. (2006). “*Students’ Attitudes and Intentions toward Entrepreneurship at Tallinn University of Technology*”.

Wangsit Ajeng Utami, skripsi: *"pengaruh motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha (studi kasus pada usaha UMKM pakaian di Jabar"*, 2017.

Wahyono, *"Inovasi berwirausaha"* Erlangga: Jakarta.

Wibowo, Agus. 2011. Pendidikan Kewirausahaan, Cetakan ke 1. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Wikanso. 2013. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa STKIP PGRI Ngawi. Jurnal Ilmiah STKIP PGRI Ngawi Media Prestasi, Vol. XI, No.1

Zuhrina Aidha, 2016 jurnal: *"pengaruh motivasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas kesehatan masyarakat"*, Jurnal JUMANTIK Vol. 1 No.1 Nopember 2016.

Lampiran 1

Kepada Yth,
Bapak/Ibu Pemilik usaha bisnis
pakaian di blok B kota Langsa

Perihal: **Permohonan Pengisian Angket**

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penulisan skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Usaha Pakaian di Blok B Kota Langsa)”, dengan ini saya mohon kepada Bapak/Ibu untuk menjawab beberapa pertanyaan /pernyataan yang telah disediakan, dan jawaban dari Bapak/Ibu diharapkan objektif, artinya diisi apa adanya.

Angket ini bukan tes psikologi dari atasan atau dari manapun yang artinya semua jawaban Bapak/Ibu adalah benar adanya dan jawaban yang diminta sesuai dengan kondisi yang dirasakan, karena itu data dan identitas Bapak/Ibu akan dirahasiakan dan tidak akan mempengaruhi kegiatan Bapak/Ibu sehari-hari.

Hasil pengisian kuesioner ini akan digunakan secara ilmiah untuk penyelesaian studi saya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa dalam program studi S1 Perbankan Syariah dan disamping memberikan masukan kepada pengusaha bisnis pakaian di blok B kota Langsa.

Demikianlah pengantar ini dibuat atas perhatian, bantuan dan kerjasamanya Saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Noer Zainora

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Dibawah ini ada beberapa kelompok pertanyaan yang seluruhnya berkaitan dengan ““Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Usaha Pakaian di Blok B Kota Langsa)”. Oleh karenanya saya sangat mengharapkan agar Bapak/Ibu /Saudara/i dapat memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut sesuai dengan pendapat dan pandangan yang sebenarnya. Jawaban yang anda berikan tidak memiliki nilai atau makna salah atau benar, tetapi kami hanya inginkan pendapat dan pandangan Bapak/Ibu/Saudara/i berhubungan dengan pernyataan yang diberikan.

A. Identitas Responden.

- No. Responden : _____
1. Nama Pemilik usaha : _____
2. Umur : _____
3. Jenis Kelamin : () laki-laki () Perempuan
4. Status perkawinan : () Kawin
() Belum Kawin
5. Pendidikan Terakhir : () SD () D.3
() SLTP () S1
() SLTA () S2
6. Lama usaha : _____
7. Pendapatan : () < Rp. 1.000.000
() Rp.1.100.000 - Rp. 3.000.000
() RP. 3.100.000 – Rp. 5.000.000

() > Rp.5.000.000

- B. Isilah jawaban berikut sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i, dengan cara memberikan tanda *check* (✓) pada kolom yang tersedia. Adapun bobot dari jawaban yang tersedia adalah sebagai berikut:

Sangat setuju = SS = 5

Setuju, =S = 4

Ragu-ragu = RR = 3

Tidak setuju, = TS = 2

Sangat tidak setuju= STS = 1

Motivasi Berwirausaha

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
1.	Aktivitas lebih bebas					
	Saya memilih berwirausaha karena bebas dalam mengatur waktu, bebas dari supervisor, bebas dari aturan yang menekan, dan bebas dari budaya perusahaan/organisasi.					
2.	Memiliki usaha sendiri					
	Saya merasa bebas mencapai standar hidup yang diharapkan, lepas dari rutinitas kerja yang berulang-ulang, karena harus mengikuti visi, misi dan impian orang lain.					
3.	Mengembangkan hobi dalam bisnis					
	Hobi yang saya punya sepassion dengan bisnis yang saya jalankan sehingga dapat membantu mengembangkan usaha bisnis saya.					
4.	Terdepan dalam menerapkan ide baru					
	Saya mampu langsung menerapkan ide baru yang dihasilkan untuk mengembangkan usaha bisnis.					
5.	Memperoleh posisi yang lebih baik					
	Saya merasa sudah memiliki pengalaman, kemampuan dan keterampilan dalam hal berwirausaha.					
6.	Memimpin sekaligus memotivasi orang lain					
	Saya merasa sudah mampu untuk memimpin dan memotivasi orang lain					
7.	Merasakan adanya tantangan					
	Saya merasakan adanya tantangan yang terjadi pada saat saya mulai berbisnis.					

Keunggulan Bersaing

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
1.	Mampu menyediakan produk yang berbeda dari pesaing.					
	Produk yang saya tawarkan berbeda serta unik daripada para pesaing.					
2.	Kualitas produk sesuai standar					
	Kualitas produk yang saya tawarkan sesuai dengan standar konsumen.					
3.	Harga yang kompetitif dari pesaing					
	harga yang saya tawarkan lebih kompetitif dibandingkan pesaing.					
4.	Harga sesuai dengan daya beli pelanggan					
	Harga produk yang saya tawarkan terjangkau dikalangan masyarakat.					
5.	Bahan yang ditawarkan sesuai standar yang berkualitas					
	Bahan yang saya tawarkan kepada konsumen memiliki standar yang berkualitas					

Keberhasilan Usaha

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
1.	Modal					
	Saya merasa adanya balik modal yang terjadi.					
2.	Pendapatan					
	Saya merasa adanya peningkatan pendapatan / omset serta laba pada usaha bisnis.					
3.	Volume penjualan					
	1. Saya merasa terjadinya peningkatan volume penjualan terhadap segala produk pakaian yang saya tawarkan ,					
	2. serta saya merasa mampu menciptakan hubungan yang baik dengan konsumen/pelanggan sehingga mau datang kembali.					
4.	Produktivitas					
	1. Saya merasa terjadinya peningkatan pelanggan pada usaha saya					
	2. Saya merasa adanya daya saing yang meningkat					
5.	Tenaga kerja					
	1. Saya mampu menciptakan lapangan pekerjaan, walaupun tidak sebanyak yang ditampung oleh perusahaan dan lain sebagainya.					
	2. Saya merasa dapat memberi pengalaman bisnis kepada para pekerja.					

Lampiran 2 Koding Data

No	Motivasi Berwirausaha (X1)							Total	Keunggulan Bersaing (X2)					Total	Keberhasilan Usaha (Y)								Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
1	5	4	4	4	4	3	3	27	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	3	4	4	5	34
2	4	4	3	4	4	4	4	27	5	4	4	5	4	22	3	4	4	4	3	5	5	4	32
3	3	5	5	2	4	3	5	27	4	3	4	2	3	16	3	5	4	3	5	5	5	4	34
4	4	4	5	4	4	4	5	30	2	4	4	5	4	19	3	5	4	4	3	3	5	5	32
5	4	5	4	4	3	4	4	28	5	4	3	3	4	19	3	3	4	4	3	5	4	4	30
6	4	4	2	4	2	2	4	22	4	4	3	4	4	19	4	4	5	4	4	4	4	4	33
7	4	4	4	2	4	4	4	26	3	5	5	4	4	21	4	4	4	5	5	4	4	2	32
8	5	2	5	4	4	5	3	28	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	5	5	4	4	37
9	5	3	4	4	5	4	5	30	3	4	3	5	4	19	5	4	5	4	5	5	4	4	36
10	5	4	5	5	5	3	4	31	4	5	4	4	4	21	5	5	5	5	5	3	5	5	38
11	4	4	4	4	4	4	2	26	4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	4	4	4	5	32
12	2	3	3	4	3	5	2	22	3	2	2	2	2	11	3	4	4	3	2	4	4	3	27
13	4	5	4	5	4	4	5	31	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	5	4	4	34
14	3	2	4	4	4	2	4	23	2	2	4	3	4	15	3	3	4	4	3	4	4	4	29
15	2	2	2	2	4	3	3	18	4	2	4	2	2	14	3	4	2	4	2	4	4	4	27
16	3	4	5	4	4	5	3	28	5	4	4	4	4	21	3	5	4	5	3	4	5	4	33
17	3	4	3	3	3	4	4	24	4	4	4	4	2	18	4	5	4	4	4	4	5	4	34
18	4	2	3	5	3	2	5	24	3	3	5	3	5	19	5	4	4	3	5	4	4	4	33
19	2	3	4	5	5	5	4	28	4	5	3	4	5	21	4	5	5	5	4	4	5	5	37
20	4	4	4	5	4	4	4	29	5	2	5	2	2	16	3	4	5	4	4	5	5	5	35
21	4	5	2	3	3	5	5	27	4	5	4	4	4	21	5	4	5	5	5	5	3	4	36
22	4	5	4	4	4	4	5	30	3	5	4	5	5	22	5	5	4	5	5	5	5	5	39
23	4	4	5	4	4	3	3	27	5	3	4	4	4	20	4	4	5	4	4	4	4	4	33
24	4	2	5	2	4	3	3	23	4	3	4	5	3	19	5	4	4	4	3	4	4	4	32
25	4	2	2	3	2	4	2	19	3	3	2	4	4	16	3	3	4	4	3	4	4	3	28
26	4	4	2	4	4	5	3	26	4	4	3	2	4	17	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	2	2	3	2	3	2	2	16	2	2	2	3	3	12	2	4	3	3	2	5	4	3	26
28	2	3	4	2	4	3	3	21	4	2	3	4	4	17	2	2	4	5	3	3	5	5	29
29	5	4	5	4	5	3	3	29	4	3	4	4	4	19	5	5	5	4	5	4	5	4	37
30	4	3	4	5	5	3	4	28	4	3	5	5	4	21	4	4	5	4	4	4	4	4	33
31	4	4	4	4	5	2	4	27	4	3	4	5	5	21	3	4	5	5	3	4	4	5	33
32	4	3	5	4	4	3	4	27	2	4	2	4	4	16	4	4	5	4	4	3	5	4	33
33	3	5	3	5	5	4	4	29	5	2	4	4	5	20	4	5	5	5	4	4	4	5	36
34	4	3	4	4	3	2	2	22	2	3	3	4	3	15	4	5	4	4	4	5	3	4	33
35	5	3	4	4	4	3	4	27	5	3	3	4	4	19	4	5	4	4	4	4	3	5	33
36	4	3	4	4	5	4	3	27	2	4	2	4	4	16	4	4	4	4	4	5	4	5	34
37	4	4	5	5	5	2	3	28	4	4	3	4	5	20	5	3	4	5	5	4	5	5	36
38	3	4	3	4	4	4	3	25	4	3	4	4	4	19	5	3	4	4	3	4	4	4	31
39	4	3	2	2	4	4	4	23	2	5	4	5	3	19	4	5	4	4	4	4	4	4	33
40	5	4	4	3	4	2	4	26	4	4	2	4	3	17	4	4	4	4	4	4	5	4	33
41	2	2	3	5	5	5	4	26	4	4	4	3	4	19	4	4	4	5	2	5	4	5	33
42	5	4	5	5	4	4	4	31	4	5	4	4	5	22	5	5	4	4	5	4	5	4	36
43	4	4	5	5	4	4	5	31	5	4	4	5	5	23	4	5	5	4	4	4	5	4	35
44	5	4	5	5	5	5	4	33	4	4	4	4	5	21	5	5	5	3	5	5	4	5	37
45	5	4	5	5	5	4	2	30	5	4	4	4	4	21	4	5	5	5	4	4	5	5	37
46	4	5	5	5	4	5	4	32	5	4	4	4	4	21	4	4	5	5	5	5	4	5	37
47	4	4	2	3	4	4	4	25	4	4	4	5	4	21	5	5	4	4	4	4	5	4	35
48	3	4	4	2	3	3	2	21	3	3	2	3	3	14	3	4	4	3	3	2	4	3	26
49	3	2	4	4	3	5	4	25	3	4	3	2	4	16	4	3	4	3	3	4	5	5	31
50	4	5	5	4	5	2	4	29	4	4	4	3	4	19	4	4	5	5	4	5	5	5	37

Lampiran 3 Output SPSS

1. Uji validitas

Correlations: Motivasi Berwirausaha

		Correlations							Motivasi berwirausaha
		q1	q2	q3	q4	q5	q6	q7	
q1	Pearson Correlation	1	,280*	,349*	,304*	,202	-,089	,182	,565**
	Sig. (2-tailed)		,049	,013	,032	,159	,537	,207	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
q2	Pearson Correlation	,280*	1	,198	,192	,162	,104	,316*	,583**
	Sig. (2-tailed)	,049		,169	,182	,262	,471	,025	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
q3	Pearson Correlation	,349*	,198	1	,319*	,459**	-,087	,062	,594**
	Sig. (2-tailed)	,013	,169		,024	,001	,548	,671	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
q4	Pearson Correlation	,304*	,192	,319*	1	,387**	,204	,230	,686**
	Sig. (2-tailed)	,032	,182	,024		,005	,155	,108	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
q5	Pearson Correlation	,202	,162	,459**	,387**	1	,052	,170	,597**
	Sig. (2-tailed)	,159	,262	,001	,005		,722	,238	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
q6	Pearson Correlation	-,089	,104	-,087	,204	,052	1	,083	,345*
	Sig. (2-tailed)	,537	,471	,548	,155	,722		,565	,014
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
q7	Pearson Correlation	,182	,316*	,062	,230	,170	,083	1	,519**
	Sig. (2-tailed)	,207	,025	,671	,108	,238	,565		,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
Motivasi berwira usaha	Pearson Correlation	,565**	,583**	,594**	,686**	,597**	,345*	,519**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,014	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations : Keunggulan Bersaing

		Correlations					
		q8	q9	q10	q11	q12	Keunggulan bersaing
q8	Pearson Correlation	1	,047	,396**	,047	,181	,543**
	Sig. (2-tailed)		,744	,004	,746	,208	,000
	N	50	50	50	50	50	50
q9	Pearson Correlation	,047	1	,160	,404**	,414**	,644**
	Sig. (2-tailed)	,744		,268	,004	,003	,000
	N	50	50	50	50	50	50
q10	Pearson Correlation	,396**	,160	1	,197	,208	,616**
	Sig. (2-tailed)	,004	,268		,170	,147	,000
	N	50	50	50	50	50	50
q11	Pearson Correlation	,047	,404**	,197	1	,439**	,662**
	Sig. (2-tailed)	,746	,004	,170		,001	,000
	N	50	50	50	50	50	50
q12	Pearson Correlation	,181	,414**	,208	,439**	1	,694**
	Sig. (2-tailed)	,208	,003	,147	,001		,000
	N	50	50	50	50	50	50
Keung gulan bersain g	Pearson Correlation	,543**	,644**	,616**	,662**	,694**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations: Keberhasilan Usaha

		Correlations								
		q13	q14	q15	q16	q17	q18	q19	q20	Keberhasilan usaha
q13	Pearson Correlation	1	,317*	,379**	,121	,637**	,124	-,055	,195	,685**
	Sig. (2-tailed)		,025	,007	,404	,000	,389	,706	,175	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q14	Pearson Correlation	,317*	1	,206	,034	,387**	,084	,123	,097	,540**
	Sig. (2-tailed)	,025		,152	,815	,005	,564	,395	,503	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q15	Pearson Correlation	,379**	,206	1	,295*	,490**	,078	,067	,309*	,650**
	Sig. (2-tailed)	,007	,152		,038	,000	,591	,644	,029	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q16	Pearson Correlation	,121	,034	,295*	1	,168	,037	,155	,332*	,469**
	Sig. (2-tailed)	,404	,815	,038		,242	,799	,284	,019	,001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q17	Pearson Correlation	,637**	,387**	,490**	,168	1	,187	,103	,132	,772**
	Sig. (2-tailed)	,000	,005	,000	,242		,193	,478	,362	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q18	Pearson Correlation	,124	,084	,078	,037	,187	1	-,226	,105	,324*
	Sig. (2-tailed)	,389	,564	,591	,799	,193		,114	,467	,022
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q19	Pearson Correlation	-,055	,123	,067	,155	,103	-,226	1	,227	,281*
	Sig. (2-tailed)	,706	,395	,644	,284	,478	,114		,113	,048
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q20	Pearson Correlation	,195	,097	,309*	,332*	,132	,105	,227	1	,531**
	Sig. (2-tailed)	,175	,503	,029	,019	,362	,467	,113		,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Keberhasilan usaha	Pearson Correlation	,685**	,540**	,650**	,469**	,772**	,324*	,281*	,531**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,000	,022	,048	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability : Motivasi berwirausaha

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.621	7

Reliability: Keunggulan Bersaing

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.618	5

Reliability: Keberhasilan Usaha

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.659	8

Regression**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,832 ^a	,693	,680	1,77421

a. Predictors: (Constant), Keunggulan bersaing, Motivasi berwirausaha

b. Dependent Variable: Keberhasilan usaha

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	333,673	2	166,836	53,001	,000 ^b
	Residual	147,947	47	3,148		
	Total	481,620	49			

a. Dependent Variable: Keberhasilan usaha

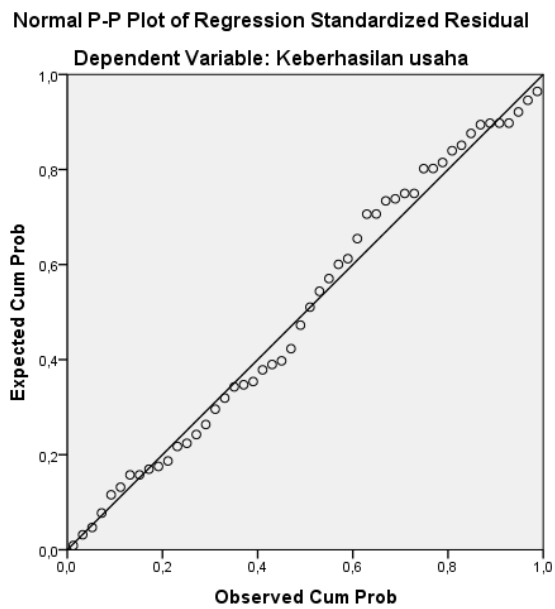
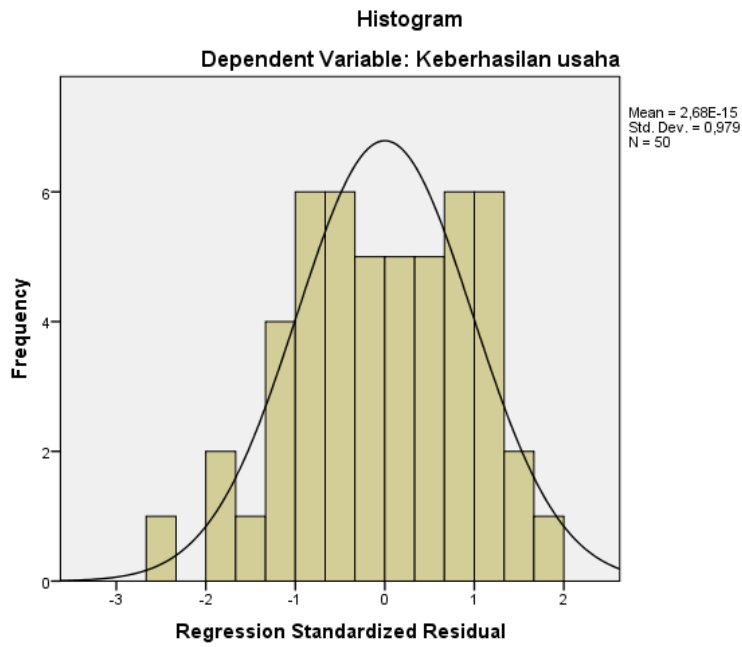
b. Predictors: (Constant), Keunggulan bersaing, Motivasi berwirausaha

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13,556	1,939		6,991	,000		
	Motivasi berwirausaha	,543	,094	,635	5,750	,000	,535	1,869
	Keunggulan bersaing	,287	,123	,257	2,327	,024	,535	1,869

a. Dependent Variable: Keberhasilan usaha

Charts



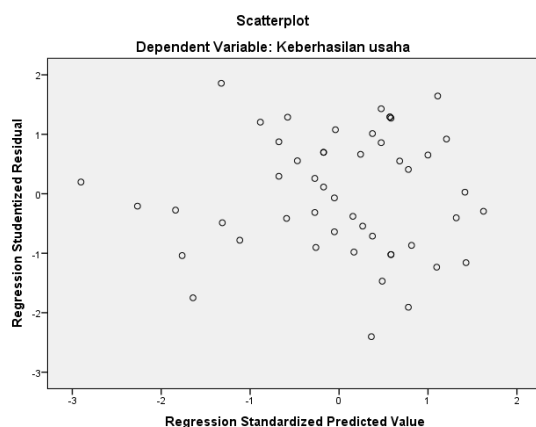
NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,73762243
	Absolute	,090
Most Extreme Differences	Positive	,065
	Negative	-,090
Kolmogorov-Smirnov Z		,637
Asymp. Sig. (2-tailed)		,812

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



Regression

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	5,329E-017	1,939		,000	1,000
1	Motivasi berwirausaha	,000	,094	,000	,000	1,000
	Keunggulan bersaing	,000	,123	,000	,000	1,000

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Keberhasilan usaha * Motivasi berwirausaha	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keberhasilan usaha * Motivasi berwirausaha	Between Groups	(Combined)	345,031	15	23,002	5,726	,000
		Linearity	316,627	1	316,627	78,815	,000
		Deviation from Linearity	28,405	14	2,029	,505	,914
		Within Groups	136,589	34	4,017		
		Total	481,620	49			

Means

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Keberhasilan usaha * Keunggulan bersaing	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
		(Combined)	292,997	12	24,416	4,789	,000
Keberhasilan usaha *	Between Groups	Linearity Deviation from Linearity	229,581	1	229,581	45,034	,000
Keunggulan bersaing	Within Groups		63,416	11	5,765	1,131	,366
	Total		188,623	37	5,098		
			481,620	49			

Lampiran 4 r tabel

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Lampiran 5 t tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 - 80)

Pr \ df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01854	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01760	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01717	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01670	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01630	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01594	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01563	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.01537	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.01514	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.01495	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.01479	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.01466	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.01455	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.01446	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.01439	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.01434	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.01430	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.01427	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.01425	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	2.01424	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	2.01424	2.38801	2.65748	3.22698
63	0.67840	1.29513	1.66940	2.01425	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	2.01426	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	2.01428	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	2.01430	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	2.01432	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	2.01435	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	2.01438	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	2.01441	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	2.01444	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	2.01447	2.37926	2.64585	3.20733

Lampiran 6 F tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81

Lampiran 7 Foto Dokumentasi



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Noer Zainora
2. NIM : 4012018122
3. Tempat/Tgl Lahir : Desa Ulee Barat, Pidie 07 Oktober 2000
4. Pekerjaan : Mahasiswi
5. Alamat : Gampong Sungai Pauh, Dusun. Satria, Kecamatan Langsa Barat, Kota Langsa

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamatan TK Kartika Kota Langsa
2. Tamatan MIN Paya Bujok Langsa. Berijazah tahun 2012
3. Tamatan MtsS Terpadu Islamic Center, Kota Langsa. Berijazah tahun 2015
4. Tamatan MAN 2 Langsa. Berijazah tahun 2018

Langsa, 27 Juli 2022

Noer Zainora