



J-Reb : Journal- Research of Economic dan Bussiness

journal homepage: <https://journal.aira.or.id/index.php/j-reb>



Analisis Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha

Zikriatul Ulya^{1*}, Noer Zainora²

Institut Agama Islam Negeri Langsa^{1,2}

zikriatululya@iainlangsa.ac.id, noerzainora01@gmail.com

Correspondence: zikriatululya@iainlangsa.ac.id <https://journal.aira.or.id/j-reb>|

Submission Received : 19-12-2022; Revised : 31-12-2022; Accepted : 08-01-2023;

Published : 31-01-2023

Abstrak

Keberhasilan dalam berwirausaha memiliki tujuan untuk membangun keunggulan bersaing dan harus memiliki arah yang jelas serta tidak ragu-ragu untuk memulai suatu usaha dari arah yang baru untuk dapat memulai perubahan besar, guna memperoleh pendapatan yang tinggi dan mampu bertahandalam jangka waktu yang panjang. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha pada toko busana di pasar Blok B Kota Langsa. Penelitian ini menggunakan data primer yang bersumber kuesioner penelitian dengan sampel sebanyak 50 orang responden. Metode analisis data deskriptif kuantitatif dan 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 pada toko busana di pasar 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.

Kata kunci: Motivasi Berwirausaha, Keunggulan Bersaing, Keberhasilan Usaha

Abstract

Success in entrepreneurship has a goal to build competitive advantage and must have a clear direction and do not hesitate to start a business from a new direction to be able to initiate major changes, in order to obtain high income and be able to survive in the long term. The purpose of this study was to determine the effect of entrepreneurial motivation and competitive advantage on business success at fashion stores in the Blok B market, Langsa City. This study uses primary data sourced from research questionnaires with a sample of 50 respondents. The quantitative descriptive data analysis method uses multiple linear regression equations, t test, F test and the coefficient of determination (R²) test. The results showed that entrepreneurial motivation and competitive advantage have a positive effect on business success in fashion stores in the Blok B market, 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 (R²) showed that 69.3% entrepreneurial motivation and competitive advantage were able to explain the dependent variable of business success.

Keywords: *Entrepreneurial Motivation, Competitive Advantage, Business Success*

1. PENDAHULUAN

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. 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 (Heri Sudarso, 2020).

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 (Brillyanes Sanawiri, 2018).

Setiap wirausaha memiliki tujuan untuk mewujudkan pertumbuhan dan kelangsungan hidupnya untuk jangka panjang. Dalam era global yang ditandai 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 (Adijati Utaminingsih, 2016).

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. Pada kenyataannya masih ada wirausaha yang tidak menganggap bahwa motivasi berwirausaha itu penting dipahami dan diterapkan agar mencapai keberhasilan usaha yang menjadi tujuan usahanya (Vivin Oblivia Yunal, 2013).

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 (Muhammad Hasan, 2021).

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 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 (Wangsit Ajeng Utami, 2017). 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. 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 di atas juga diperlukan dalam mengatur strategi manajemen pemasarannya. Selain orientasi pasar, inovasi juga dapat dijadikan sebagai salah 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 (Muhammad Hasan, 2021).

Penelitian ini berfokus pada pasar blok B kota Langsa-Aceh. Pasar blok B tersebut memiliki usaha seperti pakaian dan lainnya. Karena agar masyarakat daerah kotalangsa 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.

2. TINJAUAN LITERATUR

Keberhasilan Usaha

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 (Wangsit Ajeng Utami, 2017).

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. Dan menurut Ina dalam jurnal Sunan Keberhasilan usaha adalah permodalan sudah terpenuhi, penyalur yang produktif dan tercapainya tujuan organisasi (Sunan Purwa Aji, 2018).

Menurut Nurdin Nurdiana (2020), Adapun beberapa indikator pada keberhasilan usaha dapat diketahui sebagai berikut : Modal, pendapatan, volume penjualan, produktivitas, tenaga kerja.

Motivasi Berwirausaha

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 (Muhammad Hasan, 2021).

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.

Menurut Zuhrina Aidha (2016), Adapun indikator adalah sebagai berikut : aktivitas lebih bebas, memiliki usaha sendiri, Mengembangkan hobi dalam bisnis, Terdepan dalam menerapkan ide baru, Memperoleh posisi yang lebih baik, Memimpin sekaligus memotivasi orang lain, dan merasakan adanya tantangan dalam usaha (Venesaar Ene, 2006).

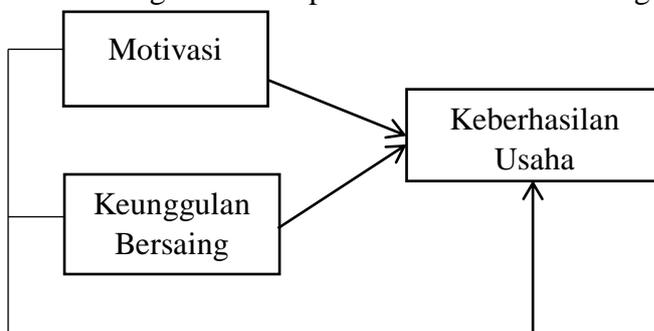
Keunggulan Bersaing

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. (Muhammad Hasan, 2021). 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 (Diah Anugrah Sharasanti, 2020).

Adapun Indikatornya adalah sebagai berikut : Mampu menyediakan produk yang berbeda dan unik dari pesaing, Kualitas produk sesuai standar, Harga yang kompetitif dari pesaing, Harga sesuai dengan daya beli pelanggan, Bahan yang ditawarkan sesuai standar yang berkualitas (Wangsit Ajeng Utami, 2017).

Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berfikir

Adapun hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H₀₁ : Motivasi berwirausaha tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.
 H_{a1} : Motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.
 H₀₂ : Keunggulan bersaing tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.
 H_{a2} : Keunggulan bersaing berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.
 H₀₃ : Motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.
 H_{a3} : Motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan 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. Pendekatan yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. (Sugiono, 2013). Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) (Sumadi Suryabrata, 2018). 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).

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan bentuk *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*. Pertimbangan sampel dalam penelitian ini meliputi beberapa kriteria:

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

Besarnya sampel ditentukan sebanyak 25 kali variabel independen. Maka penelitian ini 2 variabel bebas x 25 maka 50 responden (Augusty Ferdinand, 2014). Pengujian meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji-t dan uji-F serta koefisien determinasi dan analisis regresi berganda dengan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

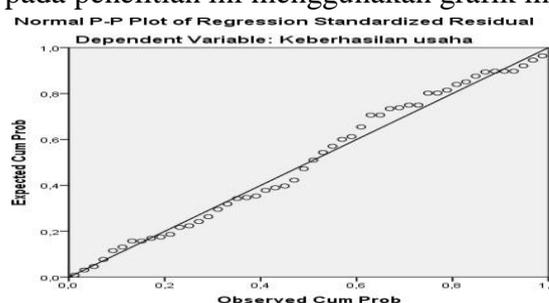
$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan grafik metode normal p-plot.



Gambar 2. Grafik 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.

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 1. Uji Linieritas

ANOVA Table

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

Sumber: data primer penelitian diolah, 2022

Tabel 2. Uji linieritas

ANOVA Table

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

Sumber: data primer penelitian diolah, 2022

Berdasarkan tabel 1 dan 2 dapat diketahui bahwa nilai *linearity* > 5%, motivasi berwirausaha diperoleh 0,914 > 0,05, pada variabel keunggulan bersaing 0,366 > 0,05, dapat dinyatakan antara variabel bebas dan terikat terdapat hubungan yang linear.

Uji Multikolinearitas

Berikut hasil uji multikolinearitas:

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

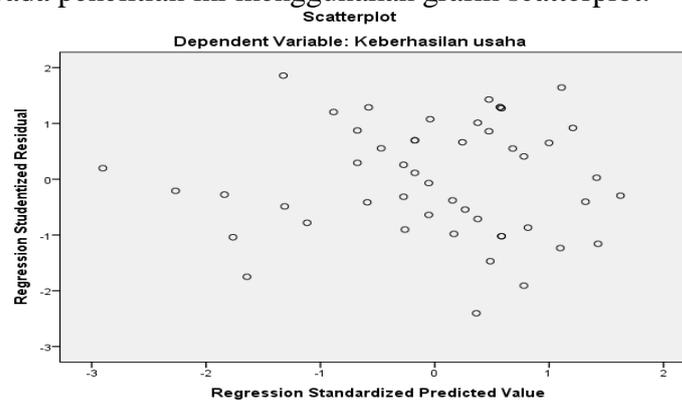
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Motivasi berwirausaha	0,535	1,869
Keunggulan bersaing	0,535	1,869

Sumber: data primer penelitian diolah, 2022

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 3 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.

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 3. Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber: data primer penelitian diolah, 2022

Berdasarkan output spss bahwa Scatterplot memiliki titik-titik tidak membentuk pola berkumpul atau titik-titikplot 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.

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. Hasil Uji Regresi Berganda Coefficient

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

a. Dependent Variable: Keberhasilan usaha

Sumber: data primer penelitian diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 13,556 + 0,543X_1 + 0,287X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda dapat dijelaskan bahwa konstanta (a) adalah sebesar 13,556, dapat dijelaskan jika motivasi berwirausaha X1, keunggulan bersaing X2 = 0 atau dianggap konstan (tetap), maka keberhasilan usaha adalah sebesar 13,556.

Uji Hipotesis

Uji-t (Uji Parsial)

Uji parial atau 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 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 5. Hasil Uji-t

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

a. Dependent Variable: Keberhasilan usaha

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

Sumber: data primer penelitian diolah, 2022

Hasil uji hipotesis secara parsial sebagai berikut:

1. 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.
2. 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.

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 $\alpha 5\%$) = 3,20) adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji F ANOVA^a

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

Sumber: data primer penelitian diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas 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.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

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

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary^b

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

- Predictors: (Constant), Keunggulan bersaing, Motivasi berwirausaha
- Dependent Variable: Keberhasilan usaha

Sumber: data primer penelitian diolah, 2022

Berdasarkan tabel 7 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.

Pembahasan

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. 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.

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.

Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil penelitian diketahui bahwa motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pedangan 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.

5. KESIMPULAN

Adapun kesimpulannya sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa motivasi berwirausaha dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Adijati Utaminingsih. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UKM Kerajinan Rotan Di Desa Teluk Wetan Welahan Jepara. *Jurnal Media Ekonomi dan Manajemen* No. 2, Juli, Vol. 31.
- Hendri Tanjung dan Abrista Devi. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Gramata Publishing.
- Heri Sudarsono. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Jawa Timur: Januari . CV.Pustaka Abadi.
- Muhammad Hasan, Astil Harli Roslan, dkk. (2021). *Kewirausahaan*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Nurdin Nurdiana. (2020). Pengaruh Motivasi dan Kreativitas Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus UMKM di Seda Telaga Murni).
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suliyanti. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, Yogyakarta: CV Andi.
- Sumadi Suryabrata. (2018). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Sunan Purwa Aji,dkk. (2018). Keterampilan Wirausaha untuk Keberhasilan Usaha. *Journal of Business Management Education*. Vol.3, No.3,Desember.
- Venasaar Ene. (2006). Students' Attitudes and Intentions toward Entrepreneurship at Tallinn University of Technology. *Jurnal Tutwpe*. Vol.154.
- Vivin Oblivia Yunal dan Ratih Indriyani. (2013). Analisa Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Inovasi Produk Terhadap Pertumbuhan Usaha Kerajinan Gerabah di Lombok Barat. *AGORA*.Vol. 1, No.1,
- Wangsit Ajeng, Utami. (2017). Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus pada Usaha UMKM Pakaian di Mabar”.
- 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). Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat. *Jurnal JUMANTIK*. Vol. 1 No.1 November.