

Karakteristik Kewirausahaan, Strategi Pemasaran dan Modal Usaha terhadap Keberhasilan Usaha (Studi UMKM Kuliner Wilayah Kecamatan Tanjung Priok - Jakarta Utara)

Sumari¹, Jihan Amelia Putri²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Persada Indonesia YAI

Jalan Diponegoro 74, Jakarta

bs.bambangsumari@gmail.com¹, jihanameliaps@gmail.com²

Abstract –

This study aims to determine and analyze the Effect of Entrepreneurial Characteristics, Marketing Strategy, and Business Capital on Business Success in Culinary Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Tanjung Priok District - North Jakarta. Data management used SPSS Version 25.0 program with a sample of 76 respondents using the slovin formula. In the results of this study, it was found that the variables of Entrepreneurial Characteristics, Marketing Strategy and Business Capital either partially or jointly have an influence on Business Success. From the beta test, it is known that the Characteristics of Entrepreneurship is the most dominant variable influencing Business Success. Based on the analysis of the coefficient of determination (Adjust R Square) shows that the Characteristics of Entrepreneurship, Marketing Strategy and Business Capital can explain 84.5% of Business Success, while the rest is explained by other variables outside this research model.

Keywords: *Characteristics of Entrepreneurship, Marketing Strategy, and Business Capital, Business Success*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Strategi Pemasaran, dan Modal Usaha terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner di Kecamatan Tanjung Priok - Jakarta Utara. Pengelolaan data digunakan progam SPSS Versi 25.0 dengan sampel yang digunakan sebanyak 76 responden menggunakan rumus slovin. Pada hasil penelitian ini ditemukan bahwa variabel Karakteristik Kewirausahaan, Strategi Pemasaran dan Modal Usaha baik secara parsial maupun secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap Keberhasilan Usaha. Dari uji beta diketahui bahwa Karakteristik Kewirausahaan merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi Keberhasilan Usaha. Berdasarkan analisis Koefisien determinasi (Adjust R Square) menunjukkan bahwa Karakteristik Kewirausahaan, Strategi Pemasaran dan Modal Usaha dapat menjelaskan sebesar 84,5% terhadap Keberhasilan Usaha, sementara sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini..

Kata Kunci: *Karakteristik Kewirausahaan, Strategi Pemasaran, Modal Usaha, Keberhasilan Usaha*

I. PENDAHULUAN

Saat ini, pertumbuhan UKM (Usaha Kecil Menengah) merupakan peluang bisnis di Indonesia UKM (Usaha Kecil Menengah) ini dimiliki oleh perorangan atau perusahaan yang telah memenuhi syarat usaha mikro dianggap dapat membantu pemerintah untuk mengurangi kemiskinan dan pengangguran. Layanan UMKM program pemerintah ini berdiri sejak tahun 2002 dengan nama asli Dinas Koperasi dan UMKM DKI Jakarta dan telah mengalami beberapa kali perubahan nama hingga sekarang namanya menjadi Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (PPUKM).



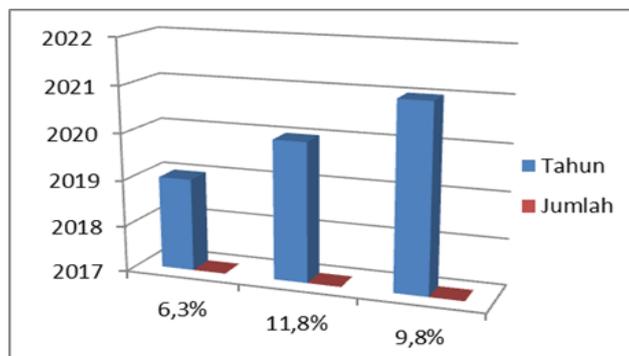
Sumber: Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi usaha Kecil dan Menengah (PPUKM)

Gambar 1. Sejarah Organisasi Dinas PPUKM

Dalam tulisannya (Fahira, 2019) menyebutkan bahwa Pelabuhan Tanjung Priok merupakan pelabuhan paling terkenal, menjadi kawasan terpenting di Jakarta Utara. Ini tak lain karena pelabuhan di sana sudah beroperasi sejak zaman Hindia Belanda. Tanjung Priok berasal dari kata Tanjung dan priok. Kata Tanjung sendiri berarti daratan yang menjorok ke laut dan kata priok (periuk) adalah kuali tanah liat yang sudah diperdagangkan sejak zaman prasejarah, demikian Zaenuddin HM Menjelaskan dalam bukunya “212 Asal – Usul Djakarta Tempoe Doeloe” yang diterbitkan Ufuk Press 2012. Lebih lanjut dijelaskan nama daerah ini bermula dari nama pohon tanjung (Mimusops

Elengi) yang tumbuh menandai makam Mbah Priok (Habib Ali Al-Haddad).

Pada gambar 2 dibawah ini dapat dilihat bahwa tingkat pengangguran terbuka di wilayah Jakarta Utara ditahun 2020 mengalami lonjakan kenaikan yang cukup tinggi yaitu sebesar 5,5% (dari 6,3% menjadi 11,8%). Salah satu yang menjadi penyebab kenaikan adalah ditahun tersebut Indonesia mengalami Pandemi karena wabah COVID-19, dimana banyak perusahaan yang melakukan pengurangan pegawai serta sulitnya mencari lapangan kerja. Namun ditahun 2021 tingkat pengangguran menurun bila dibandingkan tahun 2020 sebesar 2%, walaupun dinilai masih cukup tinggi bila dibandingkan dengan tahun 2019.



Sumber: BPS Provinsi DKI Jakarta
Gambar 2. Tingkat Pengangguran Terbuka Wilayah Jakarta Utara

Peluang pengentasan kemiskinan melalui pengembangan UMKM memiliki potensi yang cukup baik, karena sektor UMKM merupakan penopang perekonomian Indonesia yang cukup besar. Mengingat sektor ini juga berkontribusi sebesar 60% terhadap GDP Nasional dan menyerap 97% tenaga kerja, (Pudyastuti & Saputra, 2021). Namun karena kurangnya pengetahuan atau visi dan ide yang dimiliki sebagian orang, dapat menjadi penghambat seseorang untuk memulai suatu usaha.

Peluang usaha yang sangat besar saat ini dan seterusnya adalah usaha kuliner, kebutuhan pokok manusia setiap harinya tidak bisa lepas dari makanan dan minuman

karena dengan mengkonsumsi tersebut menjadi salah satu sumber pokok energi tubuh untuk tetap terjaga. Kebanyakan orang mungkin tidak setiap hari memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri kadang kala ada saatnya tidak memasak, bosan, dan lain sebagainya. Banyak orang memanfaatkan usaha kuliner menjadi peluang bisnis yang sangat menguntungkan. Salah satu wilayah Usaha kuliner yang dapat dilihat adalah di wilayah Kecamatan Tanjung Priok, Jakarta Utara karena jumlah penduduknya yang banyak bisa menjadi peluang yang besar membuka usaha kuliner.

Tabel 1.
Data Jumlah UMKM Kuliner Di
Wilayah Kecamatan Tanjung Priok

No.	Tahun	Jumlah
1.	2019	1.255
2.	2020	1.185
3.	2021	324

Sumber: Dinas Perindustrian,
Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan
Menengah

Tabel diatas menunjukkan bahwa antara tahun 2019 dan 2021, jumlah usaha kecil dan menengah yang terdaftar di wilayah Tanjung Priok mengalami penurunan setiap tahunnya. Hal tersebut terjadi karena masih banyak UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) pada wilayah ini yang belum mendaftarkan usahanya. Dari jumlah data UMKM tersebut yang terbilang banyak sehingga timbul usaha sejenis yang dapat memperketat persaingan UMKM di Wilayah Kecamatan Tanjung Priok – Jakarta Utara.

Usaha kuliner tidak selamanya berjalan dengan mulus, banyak faktor yang bisa memicu kegagalan dan keberhasilan suatu usaha baik dari pihak internal usaha atau eksternal. Minimnya pengetahuan tentang mengelola suatu bisnis akan menghambat seseorang dalam meraih kesuksesannya. Keberhasilan usaha pada dasarnya merupakan keberhasilan suatu usaha dalam mencapai tujuannya dan

memperoleh laba, karena laba merupakan tujuan dari seorang pelaku usaha.

Semangat yang tinggi, keinginan untuk berinovasi, keinginan untuk berhasil dan kemauan untuk bertindak mengambil risiko, merupakan Karakteristik wirausaha yang dianggap dapat menentukan keberhasilan suatu usaha. Seperti yang dialami pada UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) kuliner wilayah Kecamatan Tanjung Priok , Jakarta Utara. Kurangnya kepercayaan diri dalam menjalankan usahanya untuk berkembang , masih bergantung pada orang lain. Sebuah usaha agar dapat bisa bersaing dengan usaha lain adalah dengan menumbuhkan rasa kepercayaan diri, optimisme, dan tidak mudah terpengaruh terhadap orang lain. Berjuang untuk bersaing dengan bisnis lain adalah tentang menumbuhkan kepercayaan diri dan optimisme yang tidak dapat dengan mudah dipengaruhi oleh orang lain.

Selain itu, kendala lain yang dihadapi usaha mikro dan kecil adalah strategi pemasaran yang kurang tepat. Akibatnya, para pedagang tidak mampu bertahan dalam persaingan dan mempertahankan kelangsungan usahanya untuk terus berkembang dan memperoleh keuntungan yang diinginkan. Sara dalam (Millati & Sofwan, 2022) menuliskan pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan baik kepada konsumen saat ini maupun konsumen potensial. Dari segi pemasaran, masih banyak pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) kuliner di kawasan Tanjung Priok Jakarta Utara yang belum memahami strategi pemasaran dalam bentuk produk dan usaha, sehingga produk yang mereka jual kurang diminati atau diketahui orang lain. Dalam hal pemasaran, ini mencakup produk yang mereka jual, harga yang mereka tetapkan, dan distribusi pemasaran yang mereka terapkan serta mempromosikan pemasaran produk tersebut.

Modal memegang peranan yang cukup penting dalam proses produksi karena modal sangat diperlukan pada saat orang ingin memulai usaha baru atau memperluas usaha yang sudah ada karena tanpa modal yang cukup akan mempengaruhi kelangsungan usaha sehingga mempengaruhi pendapatan dalam permasalahan finansialnya, (Herawaty & Yustien , 2019). Seorang pelaku usaha merasa cukup untuk membuka usaha dari modal awal yang mereka punyai tanpa memikirkan kedepannya, bahkan tidak sedikit para UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) kuliner di wilayah Kecamatan Tanjung Priok, Jakarta Utara yang menjual dagangannya kurang menarik baik dari segi produk, tempat, maupun lokasi. Kurangnya modal akan menambah beban tersendiri bagi si pelaku usaha terlebih jika modal tersebut tidak berasal dari modal sendiri. Modal tidak berdasarkan dalam bentuk uang namun bisa dalam bentuk modal intelektual , modal sosial dan moral, modal mental. Seorang pelaku usaha tidak cukup hanya memegang modal secara finansial namun mereka harus memiliki modal bertanggung jawab, berani mengambil resiko, wawasan yang luas, serta sifat dan perilaku yang baik.

II. METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif, untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih yaitu variabel independen (Karakteristik Kewirausahaan, Strategi Pemasaran dan Modal Usaha) dan variabel dependen (Keberhasilan Usaha).

2.1. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah para pemilik UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) Kuliner di wilayah Kelurahan Warakas, Kecamatan Tanjung Priok – Jakarta Utara yang berjumlah 324 UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah).

Penentuan sampel berdasarkan hasil dari rumus *slovin*, yaitu dihitung dengan cara $n = 324 / (1 + 324(0,1)^2) = 76,41$ maka jumlah sampel menjadi 76 responden, penentuan

sampel dilakukan dengan menggunakan metode *Sratified Sampling*.

2.2. Sumber Data

Dalam Menyusun penelitian ini digunakan dua macam data, yaitu (a) Data Primer melalui observasi, wawancara dan kuesioner dan (b) Data Sekunder melalui data dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, Usaha Kecil Menengah (PPUKM), perpustakaan dan jurnal – jurnal yang relevan.

2.3. Teknik Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini analisa regresi berganda, Uji t, Uji Beta, Uji F dan Koefisien Determinasi. Untuk menginterpretasikan dan menganalisis data dalam penelitian ini digunakan program SPSS Versi 25.0.

III. LANDASAN TEORI

3.1. Pengertian UMKM

Ebert & Griffin dalam (Azra, 2022) berpendapat bahwa bisnis kecil adalah bisnis yang independen, bukan bagian dari bisnis yang lebih besar dan tidak memiliki pengaruh besar bagi pasar.

Sedangkan menurut UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, pengertian UMKM dapat dikelompokkan seperti dalam tabel dibawah ini :

Tabel 2. Kriteria UMKM

Sumber : UU No. 20 Tahun 2008 (diolah penulis)

3.2. Keberhasilan Usaha

Menurut (Herawaty & Yustien, 2019), Keberhasilan suatu usaha biasanya diitandai dengan peningkatan skala usahanya, yang dapat ditinjau dari volume produksi

No	Ukuran Usaha	Kriteria	
		Kekayaan Bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)	Penjualan Tahunan
1	Usaha Mikro	Paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah)	Paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)
2	Usaha Kecil	Lebih dari Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) s.d. Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah)	Lebih dari Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) s.d. Rp 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah).
3	Usaha Menengah	Lebih dari Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah)	Lebih dari Rp 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling bayak Rp 50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah).

yang tadinya mampu menghabiskan sejumlah bahan baku per hari meningkat menjadi mampu untuk mengolah lebih banyak bahan baku.

Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya. Suatu bisnis dapat dikatakan berhasil jika bisnis tersebut mendapatkan laba, walaupun laba bukan termasuk satu-satunya aspek yang dapat di nilai dari keberhasilan suatu usaha, (Ramadhani et al., 2021).

Dari pengertian keberhasilan usaha menurut para ahli diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, keberhasilan usaha merupakan hal yang utama dalam setiap kegiatan yang bertujuan untuk mencapai suatu tujuan yaitu keberhasilan yang ditandai dengan keadaan perusahaan yang lebih baik dari sebelumnya, keberhasilan usaha ini terlihat pada peningkatan skala usaha produksi dan keuntungan.

3.3. Karakteristik Kewirausahaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia “Karakteristik merupakan ciri – ciri khusus yang mempunyai kekhususan sesuai dengan perwatakan tertentu” (hlm.392).

Menurut (Bangun & Batubara, 2021), Karakteristik wirausaha yang merupakan faktor internal dapat menentukan kesuksesan usaha menunjuk pada karakter-karakter seperti memiliki semangat tinggi, memiliki keinginan untuk berinovasi, selalu menerima tanggung jawab dengan sebaik mungkin, ingin berprestasi dan berani mengambil risiko.

Menurut Alma (2018) “Wirausaha adalah orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengelola bahan baku baru”(hlm.24).

(Herawaty & Yustien, 2019), menuliskan bahwa Wirausaha adalah orang – orang yang memiliki sifat- sifat kewirausahaan: berani mengambil risiko,

keutamaan, Kreativitas, dan Keteladanan dalam menangani usaha atau perusahaan dengan berpijak pada kemauan dan kemampuan sendiri.

Dari definisi para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa karakteristik kewirausahaan adalah karakteristik perilaku manusia yang diterapkan dalam bentuk tindakan atau perilaku untuk menimbulkan karakteristik yang melekat pada diri pengusaha.

3.4. Strategi Pemasaran

Menurut (Tjiptono, 2017) “Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu”(hlm.228).

Menurut (Sari dan Hasanah, 2019) “Strategi Pemasaran merupakan sebuah alat untuk mencapai tujuan pemasaran agar perusahaan mampu merebut pelanggan”(hlm. 89).

Menurut (Assauri ,2017) “Strategi Pemasaran pada dasarnya merupakan suatu rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan”(hal.168).

Dari definisi-definisi strategi pemasaran tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah suatu rencana, tujuan, kebijakan atau alat yang situasi pasarnya, seperti waktu dan tempat, telah diketahui sebelumnya untuk mendapatkan pelanggan serta tercapainya tujuan pemasaran perusahaan.

3.5. Modal Usaha

Pengertian modal dan usaha yang tertera di Kamus Besar Bahasa Indonesia “Modal merupakan uang yang dipakai sebagai induk untuk berdagang, harta untuk dimanfaatkan agar menghasilkan sesuatu yang

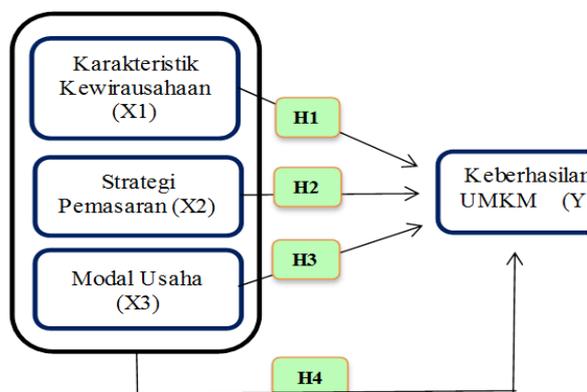
yang baru, barang yang dipergunakan bekal untuk bekerja”(hlm.535).

Menurut (Sari dan Hasanah, 2019) “Modal (capital) adalah segala bentuk kekayaan yang digunakan untuk memmproduksi kekayaan yang lebih banyak lagi untuk perusahaan”(hlm. 55).

Modal adalah sekumpulan uang atau barang yang dipakai selaku dasar guna menjalankan sebuah pekerjaan, (Purwati & Dhiana, 2021).

Dari definisi – definisi menurut para ahli diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa , modal usaha adalah bentuk kekayaan (uang atau barang) untuk memproduksi atau menghasilkan output sehingga mendapatkan keuntungan dan menambah kekayaan dengan mengarahkan tenaga dan pikiran dalam mengelolalnya.

3.6. Kerangka Pemikiran



Sumber: Hasil olahan penulis (2022)
Gambar 3. Kerangka Pemikiran

3.7. Hipotesis :

Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

H1 : Terdapat pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Keberhasilar Usaha UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) Kuliner Wilayah Kecamatan Tanjung Priok – Jakarta Utara.

H2 : Terdapat pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keberhasilar UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) Kuliner Wilayah Kecamatan Tanjung Priok – Jakarta Utara

H3 : Terdapat pengaruh Modal Usaha terhadap Keberhasilar Usaha UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) Kuliner Wilayah Kecamatan Tanjung Priok – Jakarta Utara

H4 : Terdapat pengaruh Karakteristik Kewirausahaan (X1), Strategi Pemasaran (X2), Modal Usaha secara bersama-sama terhadap Keberhasilar UMKM UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) Kuliner Wilayah Kecamatan Tanjung Priok – Jakarta Utara

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Responden

Pemilihan sampel sebanyak 76 melalui rumus slovin dari 324 responden UMKM kuliner yang terdaftar di wilayah Kecamatan Tanjung Priok – Jakarta Utara. Dengan total responden berdasarkan berjenis kelamin pria 29 orang dan Wanita sebesar 47 orang, berdasarkan usia dengan mayoritas yang berumur 31- 40 tahun sebsar 38 orang, lalu mayoritas responden berdasarkan Pendidikan terakhir sampai jenjang sarjana sebesar 33 orang, mayoritas responden berdasarkan lama usaha sudah berdiri 2-4 tahun sebesar 40 orang, mayoritas responden berdasarkan pendapatan usaha per-bulannya 1-3 jt sebesar 40 orang, dan berdasarakan jenis udahnya mayoritas berjualan makanan sebesar 54 orang dan minuman sebesar 22 orang.

Data yang dikumpulkan dari kuesioner merupakan sejumlah pernyataan yang mewakili 4 variabel yang diteliti yaitu variabel KarakteristiK Kewirausahaan (X1), Strategi Pemasaran (X2), Modal Usaha (X3), dan Keberhasilar Usaha (Y) dengan menggunakan skala linkert dengan skala jawaban 1,2,3,4, dan 5 untuk setiap item pernyataan yang diajukan.

4.2. Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas instrument dari keempat variabel penelitian menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan valid, karena nilai r hitung (korelasi Product Moment) lebih besar dari r tabel dan atau tingkat Signifikansi < 0.05.

4.3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dengan uji statistik Alpha Cronbach menunjukkan keempat data variabel adalah reliable karena nilai koefisien korelasi r Alpha Cronbach lebih besar dari nilai r tabel atau nilai r-hitung > r-tabel diatas nilai 0.6.

4.4. Uji Normalitas Data

Uji normalitas menggunakan uji one sample Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi 5% atau 0,05 menunjukkan hasil perhitungan nilai probabilitas signifikan (Asymp.Sig (2-tailed)) keempat variabel 0.200 lebih besar dari 0.05 maka dari itu variabel Karakteristik Kewirausahaan, Strategi Pemasaran, Modal Usaha, dan Keberhasilan Usaha terdistribusi normal, seperti yang terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		76
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.21971880
	Most Extreme Differences	
Absolute	Positive	.049
	Negative	-.036
	Test Statistic	.049
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Ouput Data Pengolahan SPSS Versi 25.0

4.5. Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Karakteristik Kewirausahaan	.302	3.314
	Strategi Pemasaran	.265	3.777
	Modal Usaha	.369	2.711

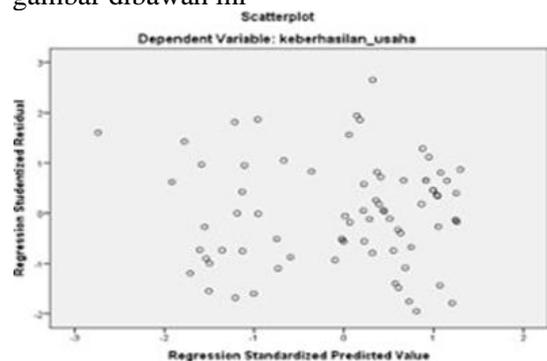
Sumber: Ouput Data Pengolahan SPSS Versi 25.0

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai tolerance yang diperoleh untuk Karakteristik wirausaha adalah 0.302. Nilai tolerance untuk Strategi pemasaran adalah 0.265. dan nilai tolerance untuk Modal usaha adalah 0.369. Dengan hasil yang diperoleh dapat diartikan bahwa variabel tersebut terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas, karena hasil tolerance diatas 0.10.

Diketahui juga nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) untuk Karakteristik wirausaha sebesar 3.314 Untuk Strategi pemasaran sebesar 3.777 dan untuk Modal usaha sebesar 2.711. Hasil ini berarti variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas, karena hasil VIF dibawah nilai 10.

4.6. Uji Heteroskedastisitas

Untuk uji heteroskedastisitas penulis menggunakan metode dengan melihat grafik Scatter Plot yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini



Sumber: Ouput Data Pengolahan SPSS Versi 25.0

Gambar 4. Uji Heteroskadatisitas

Gambar Scatter plot memiliki pola yang tidak jelas, dan titik- titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi

linier berganda bebas dari asumsi klasik heteroskedastisitas.

4.7. Uji Regresi Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	-.043	.270	
Karakteristik Kewirausahaan	.540	.107	.419
Strategi Pemasaran	.235	.065	.321
Modal Usaha	.260	.076	.258

Sumber: Ouput Data Pengolahan SPSS Versi 25.0

Berdasarkan hasil tabel 5 menghasilkan persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = -0.043 + 0.540X_1 + 0.235X_2 + 0.260X_3 + \epsilon$$

Dengan persamaan regresi berganda yang telah dihasilkan sehingga diperoleh hasil interpretasi sebagai berikut :

- Konstanta sebesar -0.043 menyatakan bahwa Karakteristik Wirausaha, Strategi Pemasaran, dan Modal Usaha dianggap konstan atau nol, maka Keberhasilan Usaha adalah sebesar -0.043.
- Koefisien Karakteristik Wirausaha sebesar 0.540 yang menyatakan bahwa setiap kenaikan Karakteristik Wirausaha 1 nilai maka Keberhasilan Usaha naik sebesar 0.540. Koefisien yang positif artinya mempunyai hubungan positif antara Karakteristik Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha, semakin besar Karakteristik Wirausaha maka Keberhasilan Usaha semakin naik. Dalam hal ini nilai variabel independen lainnya dianggap tetap.
- Koefisien Strategi Pemasaran sebesar 0.235 menyatakan setiap kenaikan Karakteristik Wirausaha 1 nilai maka Keberhasilan Usaha naik sebesar 0.235. Koefisien yang positif artinya mempunyai hubungan positif antara Strategi

Pemasaran terhadap Keberhasilan Usaha, semakin besar Strategi Pemasaran maka Keberhasilan Usaha semakin naik. Dalam hal ini nilai variabel independen lainnya dianggap tetap.

- Koefisien Modal Usaha sebesar 0.260 menyatakan setiap kenaikan Modal Usaha 1 nilai maka Keberhasilan Usaha naik sebesar 0.260. Koefisien yang positif artinya mempunyai hubungan positif antara Modal Usaha terhadap Keberhasilan Usaha, semakin besar Modal Usaha maka Keberhasilan Usaha semakin naik. Dalam hal ini nilai variabel independen lainnya dianggap tetap.

4.8. Uji t (Uji Parsial)

Berdasarkan data pada tabel 5 diatas, maka hasil uji t masing-masing variabel dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Karakteristik Wirausaha menghasilkan nilai probabilitas signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ atau dengan thitung sebesar 5.065 dan ttabel sebesar 1.993, sehingga $5.065 > 1.993$. Sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menunjukkan bahwa Karakteristik Wirausaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keberhasilan Usaha. Dalam hal ini untuk berwirausaha perlunya keyakinan serta tekad untuk meningkatkan usaha kulinernya agar dapat meningkatkan kemampuan dalam mengelola usaha kulinernya. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Bangun & Batubara, 2021), bahwa karakteristik kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha mikro pada CV. Stella Catering Medan.
- Strategi Pemasaran menghasilkan nilai probabilitas signifikansi sebesar $0.001 < 0.05$ atau dengan thitung sebesar 3.633 dan ttabel sebesar 1.993, sehingga $3.633 > 1.993$. Sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan (Purwati & Dhiana, 2021), bahwa Strategi pemasaran berpengaruh positif serta signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Hal ini menandakan untuk memiliki strategi pemasaran yang baik terutama pada dimensi produk dan distribusi, maka wirausaha perlu menambah wawasan dari tren pada jaman sekarang atau bisa dengan mengikuti pameran serta bazar agar bisa menambah wawasan tentang produk-produk yang sudah diperjualakan untuk dapat menemukan ide menciptakan berbagai macam produk baru yang inovatif dan selalu menganalisa pasar yang dituju agar produk yang diciptakan tidak salah sasaran.

- c. Modal Usaha` menghasilkan nilai probabilitas signifikansi sebesar $0.001 < 0.05$ atau dengan thitung sebesar 3.444 dan ttabel sebesar 1.993, sehingga $3.444 > 1.993$. Sehingga dapat dikatakan bahwa dan H_03 ditolak dan H_a3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Modal Usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Apriliani & Widiyanto, 2018) bahwa modal usaha berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM batik di Kelurahan Kradenan Kota Pekalongan. Namun berbeda dengan penelitian (Herawaty & Yustien, 2019), yang menuliskan bahwa modal tidak memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha kecil pada usaha rumahan produksi pempek di Kota Jambi.

Hal ini berarti untuk meningkatkan modal usaha terutama pada dimensi modal intelektual maka para wirausaha perlu selalu memperbaharui pengetahuan serta kemampuan yang dimiliki dengan selalu mencari tahu apa yang diinginkan oleh usaha kuliner saat ini dan tidak pantang menyerah dengan kemampuan yang dimiliki untuk meraih keberhasilan usaha.

4.9. Uji Beta

Uji Beta merupakan uji untuk melihat variabel mana yang paling dominan

(berpengaruh). Pertama-tama dilihat terlebih dahulu variabel yang signifikan atau memiliki nilai $p\text{-value} < 0.05$. Maka selanjutnya dapat dilakukan dengan menentukan variabel dominan dengan menggunakan nilai β yang paling menjauhi angka nol (0) yang dapat bernilai positif maupun negatif. Dari tabel 5 diatas diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai $p\text{-value} < 0.05$. Kemudian membandingkan nilai β yang paling menjauhi angka nol (0), yaitu Karakteristik Wirausaha sebesar 0.419. maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling dominan memengaruhi Keberhasilan Usaha adalah variabel Karakteristik Wirausaha.

4.10. Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

Tabel 6. Hasil Uji Statistik F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	20.762	3	6.921	137.618	.000 ^b
	Residual	3.621	72	.050		
	Total	24.382	75			

Sumber: Ouput Data Pengolahan SPSS Versi 25.0

Dari hasil uji Anova atau F test pada tabel diatas diperoleh nilai Fhitung sebesar 137.618 dan nilai Ftabel 2.732, maka dapat dikatakan bahwa Fhitung $>$ Ftabel yaitu ($137.618 > 2.732$). Untuk nilai probabilitas diperoleh nilai 0.000 lebih kecil dari 0.05 , sehingga dari hasil yang diperoleh dapat dikatakan bahwa H_04 ditolak dan H_a4 diterima, bahwa Karakteristik Kewirausahaan, Strategi Pemasaran, dan Modal Usaha secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian diatas dapat dibuat kesimpulan :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Karakteristik Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kuliner Wilayah Kecamatan Tanjung Priok – Jakarta Utara .
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Strategi Pemasaran terhadap Keberhasilan

- Usaha UMKM Kuliner Wilayah Kecamatan Tanjung Priok – Jakarta Utara .
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Modal Usaha terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kuliner Wilayah Kecamatan Tanjung Priok – Jakarta Utara .
 4. Secara Bersama-sama (simultan) terdapat pengaruh positif dan signifikan Karakteristik Kewirausahaan , Strategi Pemasaran , Modal Usaha terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kuliner Wilayah Kecamatan Tanjung Priok – Jakarta Utara..

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2018. *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Dan Umum*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Azra, Firman El Amny. 2022. Analisis Strategi dan Keunggulan Bersaing Sebagai Kunci Sukses UMKM Ritel: Studi Kasus Perusahaan Abc. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 5(3), 341-354.
- Bangun, M. R., & Batubara, D. I. 2021. Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Dan Inovasi Rasa Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Pada Cv. Stella Catering Medan. *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Kebijakan Publik*, 3(1), 16-24.
- Idris, Fahira. 2019. Asal Usul dan Sejarah Pelabuhan Tanjung Priok. Diakses dari <https://www.senibudayabetawi.com/5191/asal-usul-dan-sejarah-pelabuhan-tanjung-priok.html> , pada tanggal 19 Oktober 2022
- Apriliani, Fatwa M & Widiyanto. 2018. Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Tenaga Kerja Terhadap Keberhasilan Umkm Batik. *Economic Education Analysis Journal*, 7(2), 761-776.
- Herawaty, N. & Yustien, R., U. 2019. Pengaruh Modal, Penggunaan Informasi Akuntansi Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil (Survei Pada Usaha Rumahan Produksi Pempek di Kota Jambi). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 3(1), 63-76.
- Pudyastuti, Esty & Saputra, Ahmad. 2021. Upaya Peningkatan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Medan Di Masa Pandemi Covid 19. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 437-449.
- Purwati, D., Gagah, E., & Dhiana, P. 2021. Pengaruh Kemampuan Usaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Dengan Perkembangan Usaha Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Kawasan Desa Kedewan Kabupaten Bojonegoro). *Journal of Management*. ISSN: 2502-7689, 7(1), 1-12.
- Manap, Abdul. 2018. *Manajemen Kewirausahaan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Millati, Halwa & Sofwan, Ali. 2022. Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi, Modal Usaha, dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus pada Program Kelompok Usaha Bersama di Kecamatan Jepara). *Jurnal Rekognisi Akuntansi*, 6(1), 65-80.
- Ramadhani, A. R., Fourqoniah, F., & Andriana, A. N. 2021. Pengaruh Lingkungan Wirausahawan Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2016-2018). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi*,

- Manajemen Dan Akuntansi, 5(1), 38-50.
- Sari, Raihanah & Hasanah, Mahmudah. 2019. Pendidikan Kewirausahaan. Jakarta: K-Media.
- Suryana. 2017. Kewirausahaan (Kiat dan Proses Menuju Sukses). Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandi & Diana, Anastasia. 2020. Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Tim Prima Pena, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Gita Media Press
www.bps.go.id