

**PENGARUH PELUANG DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN
TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH
(UMKM) STUDI KASUS MAKANAN KULINER DAERAH
KECAMATAN MEDAN BARU**

SKRIPSI

OLEH:

**NOVI RAMADHANI
198320145**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 6/12/23

Access From (repository.uma.ac.id)6/12/23

**PENGARUH PELUANG DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP
PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)
STUDI KASUS MAKANAN KULINER DAERAH
KECAMATAN MEDAN BARU**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area**



OLEH:

**NOVI RAMADHANI
199120113**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 6/12/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)6/12/23

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Peluang Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru

Nama : Novi Ramadhani
NPM : 198320145
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh:

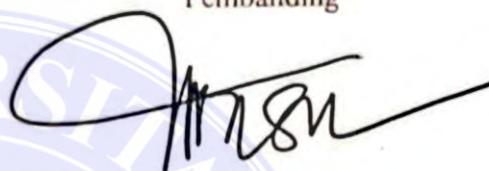
Komisi Pembimbing

Pembanding



(Dr Siti Alimma Salqaura, SE, M.Si)

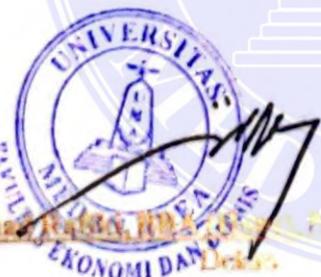
Pembimbing



(Dr Nur Aisyah, SE, MM)

Pembanding

Mengetahui:



(Ahmad Rabbil, Ph.D., CIMA)

Ka. Prodi Manajemen



(Nindya Yunita, S.pd, M.Si)

Ka. Prodi Manajemen

Tanggal Lulus: 6 Oktober 2023

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, Sebagai syarat dalam memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan,
Yang Membuat Pernyataan



SEPULUH RIBU RUPIAH
1000
METERAI
TEMPEL
049DEAKX767045164
Novi Ramadhani
198320145

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGASAKHIR/SKRPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangandibawah ini:

Nama : Novi Ramadhani

NPM : 198320145

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenis karya : Skripsi

Demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul : Pengaruh Peluang Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenarnya.

Medan,

Yang menyatakan



3000
METERAL
TEMPEL
79AKX767045163

Novi Ramadhani

Riwayat Hidup



Nama	Novi Ramadhani
Npm	198320145
Tempat, Tanggal Lahir	Medan, 20 November 2001
Nama Orang Tua :	
Ayah	Mulyono
Ibu	Margaretha Makmur Ernila
Riwayat Pendidikan :	
SMP	SMP Pancabudi Medan
SMA	SMK Telkom Sandhy Putra
Riwayat Studi di UMA	
No Hp/WA	085359043109
Email	noviramdhn36@gmail.com

KATA PENGANTAR

Pertama-tama disampaikan rasa syukur kehadirat Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi merupakan salah satu persyaratan bagi setiap mahasiswa yang ingin menyelesaikan studinya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Sehubungan dengan itu, disusun skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Peluang dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru”**. Dengan selesainya skripsi ini, perkenankanlah saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area, atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan kepada kami untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan program sarjana ini.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA, MMgt., P.hD,CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Nindya Yunita, S.Pd, M.Si selaku Ketua Jurusan/Program Studi Manajemen Universitas Medan Area
4. Ibu Dr.Siti Alhamra Salqaura SE,M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan penuh perhatian telah memberikan dorongan, bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini selesai.
5. Ibu Dr.Nur Aisyah,SE,MM selaku Dosen Pembimbing dalam penelitian saya ini.

6. Ibu Riza Fanny Meutia,SE, MM selaku Dosen Sekertaris dalam penelitian saya ini.
7. Bapak/Ibu dosen dan seluruh staf pengajar Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
8. Kepada Seluruh Pegawai Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Medan Area, semoga selalu sabar dalam mengarahkan mahasiswa/i menyelesaikan urusan selama mengikuti kuliah.
9. Yang teristimewa kepada kedua orang tua Ayahanda tersayang Mulyono dan Ibunda Margaretha Makmur Ernila, tiada henti-hentinya memberikan dukungan dan dorongan moril maupun materil kepada Saya. Dengan doa restu yang mempengaruhi dalam kehidupan saya, kiranya Allah SWT membalasnya dengan segala berkah-Nya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Untuk itu saran dan kritik yang bersifat membangun diharapkan untuk melengkapi kekurangan yang ada pada skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi pembaca umumnya. Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Medan, Juli 2023

Hormat Saya

Penulis

Novi Ramadhani

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the positive and significant influence of opportunity on the development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), to determine the positive and significant influence of entrepreneurial orientation on the Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) and to determine the positive influence of entrepreneurial opportunities and orientation. and significant to the Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Case Study of Regional Culinary Foods in Medan Baru District. The population in this study were 64 Culinary Food MSMEs in the Medan Baru District, where a sampling of 64 MSME Culinary Food outlets in the Medan Baru District was carried out with a saturated sample. The data collection technique used in this study was carried out by distributing questionnaires. The analysis technique used in this study is multiple linear regression, partial test (t test), simultaneous significance test (F test) and the coefficient of determination. The results showed that Opportunity had a positive and significant effect on the development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), Entrepreneurial Orientation had a positive and significant effect on the development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) and Opportunities and Entrepreneurship Orientation had a significant and simultaneous effect on the development of Micro Enterprises. Small and Medium Enterprises (MSMEs) Culinary Food Case Study in Medan Baru District

Keywords: Opportunity, Entrepreneurship Orientation and Business Development

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh peluang secara positif dan signifikan terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan secara positif dan signifikan terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan untuk mengetahui pengaruh peluang dan orientasi kewirausahaan secara positif dan signifikan terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru. Populasi dalam penelitian ini adalah 64 UMKM Makanan Kuliner Kecamatan Medan Baru, dimana pengambilan sampel sebanyak 64 gerai UMKM Makanan Kuliner Kecamatan Medan Baru yang dilakukan dengan sampel jenuh. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda, uji parsial (Uji t), uji signifikansi simultan (Uji F) dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Peluang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), Orientasi Kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan Peluang dan Orientasi Kewirausahaan berpengaruh signifikan dan secara simultan terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru

Kata Kunci : Peluang, Orientasi Kewirausahaan dan Pengembangan Usaha

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).....	12
2.1.2 Peluang Usaha.....	18
2.1.3 Orientasi Kewirausahaan.....	23
2.1.4 Pengembangan Usaha.....	27
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Kerangka Konseptual.....	32
2.4 Hipotesis Penelitian.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
3.2 Populasi dan Sampel.....	35
3.3 Definisi Variabel Penelitian.....	36
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.6 Pengujian Instrumen.....	39
3.7 Teknik Analisis Data.....	40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Deskripsi Data	45
4.1.1 Deskripsi Data Penelitian.....	45
4.1.3 Deskripsi Hasil Penelitian.....	47
4.1.4 Analisis Data	53
4.2 Pembahasan.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah UMKM di Kota Medan Tahun 2017-2020	7
Tabel 1.2	Jumlah UMKM Bidang Kuliner Kota Medan Tahun 2019-2021.....	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1	Waktu Penelitian.....	35
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel	36
Tabel 3.3	Skala Likert	39
Tabel 4.1	Skala Likert	45
Tabel 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	47
Tabel 4.5	Distribusi Responden Berdasarkan Lama Usaha	47
Tabel 4.6	Skor Angket untuk Variabel Peluang Usaha.....	47
Tabel 4.7	Skor Angket untuk Variabel Orientasi Kewirausahaan.....	49
Tabel 4.8	Skor Angket untuk Variabel Pengembangan Usaha.....	51
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Instrumen Peluang Usaha	54
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Instrumen Orientasi Kewirausahaan.....	54
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Instrumen Pengembangan Usaha.....	55
Tabel 4.12	Ringkasan Pengujian Reliabilitas Instrumen	55
Tabel 4.13	Uji Multikolinieritas	58
Tabel 4.14	Regresi Linear Berganda	59
Tabel 4.15	Uji t.....	61
Tabel 4.16	Uji F.....	62
Tabel 4.17	Koefisien Detrminasi	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pertumbuhan Ekonomi Tahun 2020.....	2
Gambar 1.2	Pertumbuhan Ekonomi Tahun 2017-2021.....	4
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	33
Gambar 4.1	Grafik Histogram	56
Gambar 4.2	P-Plot.....	57
Gambar 4.3	Uji Heterokedastisitas	59



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan salah satu kekuatan pendorong terdepan dalam pembangunan ekonomi di Indonesia. mengingat besarnya peranan yang ditunjukkan dengan keberadaan usaha ini maka harus selalu diupayakan adanya pengembangan yang bertujuan agar setiap usaha jenis ini mampu mengatasi masalah yang dihadapi dan berkembang ke arah yang lebih baik, maju dan mandiri sehingga perannya dalam pertumbuhan perekonomian semakin besar.

Gerakan sektor usaha mikro, kecil dan menengah amat vital untuk menciptakan pertumbuhan dan lapangan pekerjaan. Mampu menciptakan lapangan pekerjaan lebih cepat dibandingkan sektor usaha besar. Usaha mikro, kecil dan menengah juga cukup terdiversifikasi serta memberikan kontribusi penting dalam ekspor dan perdagangan sehingga menjadi salah satu penyokong devisa negara walaupun kontribusi usaha mikro, kecil dan menengah jauh lebih kecil jika dibandingkan dengan kontribusi usaha besar (Feranita & Setiawan, 2018).

Adapun tingkat pertumbuhan ekonomi yang ada di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup baik, namun pada tahun 2020, tingkat pertumbuhan ekonomi secara nasional mengalami penurunan yang drastis, bahkan menyentuh akan minus, hal ini terjadi dikarenakan dampak Covid-19 yang melanda dunia (Feranita & Setiawan, 2018). Adapun tingkat pertumbuhan ekonomi di tahun 2020 secara nasional dan Sumatera Utara dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Tahun 2020

Pertumbuhan ekonomi Sumatera Utara pada tahun 2020 tercatat -1,85% (yoy), kembali menunjukkan perbaikan dibandingkan dengan triwulan sebelumnya yang sebesar -2,94% (yoy). Namun, realisasi ini masih lebih rendah dari nasional yang sebesar -0,74% (yoy) dan Sumatera Utara yang sebesar -0,86% (yoy). Pertumbuhan ekonomi Kota Medan mengalami kontraksi terbesar dibandingkan kabupaten/ kota lain di Sumatera Utara.

Kota Medan sebagai ibukota provinsi Sumatera Utara merupakan kota terbesar di kawasan Timur Pulau Sumatera. Wilayah Kota Medan berbatasan langsung dengan Kabupaten Deli Serdang di sebelah barat, timur, dan selatan serta Selat Malaka di sebelah utara. Secara administratif, Kota Medan terdiri dari 21 Kecamatan. Dalam sistem perkotaan nasional, Kota Medan telah ditetapkan sebagai Pusat Kegiatan Nasional.

Pemberdayaan UMKM merupakan salah satu program prioritas Wali Kota Medan, Bobby Nasution. Berbagai upaya telah dilakukan Bobby Nasution untuk memajukan dan membangkitkan UMKM dari Pandemi. Selain melakukan pembimbingan dalam pengembangan produk sekaligus dengan pengelolaan bisnis

serta adopsi teknologi, pembinaan pemasaran juga dilakukan Bobby Nasution. Bentuk pembinaan pemasaran terhadap pelaku UMKM yang dilakukan Bobby Nasution adalah dengan menggelar secara meraton event yang dapat menjadi wadah UMKM memasarkan produknya. Seperti pada rangkaian perhelatan yang digelar dalam rangka memeriahkan HUT Kota Medan berbagai kegiatan mulai dari fashion carnival, hiburan rakyat dan senam kolaborasi, berdampak positif dan mendatangkan keberkahan bagi pelaku UMKM (Portal PEMKO Medan, 2022).

Berdasarkan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2015-2019, Kota Medan termasuk ke dalam Kawasan Perkotaan Metropolitan bidang dan diarahkan sebagai Pusat Kegiatan Nasional berskala global yang diarahkan sebagai pusat administrasi pelintas batas yang berfungsi sebagai *outlet* pemasaran untuk wilayah Sumatera Utara bagian Timur dengan tetap memantapkan fungsi fungsi keterkaitan dengan pusat-pusat pertumbuhan wilayah internasional.

Badan Pusat Statistik mencatat, besaran produk domestik regional bruto atas dasar harga konstan tercatat minus 1,98% menjadi Rp 153,67 triliun pada 2020 dari tahun sebelumnya Rp 156,78 triliun. BPS menilai perekonomian Kota Medan terpuruk imbas dari pandemi Covid-19 (BPS, 2021). Hal ini menyebabkan terkontraksinya PDRB sektor konstruksi sebesar 5,22% menjadi Rp 29,63 triliun. Demikian pula PDRB sektor transportasi dan pergudangan mengalami pertumbuhan negatif 12,55% menjadi Rp 8,48 triliun dibanding tahun sebelumnya Rp 9,69 triliun. (BPS Kontraksi Ekonomi Kota Medan di Sumatera Utara, 2020)



Gambar 1.2 Pertumbuhan Ekonomi Tahun 2017-2021

Berdasarkan Gambar 1.2 di atas menunjukkan bahwa tingkat pertumbuhan ekonomi di Kota Medan untuk tahun 2021 mengalami peningkatan bila dibandingkan dengan tingkat pertumbuhan yang terjadi di tahun 2020. Perekonomian Kota Medan ditahun 2020 terpuruk imbas dari pandemi Covid-19. Jika dibandingkan dengan tahun 2021 tingkat perekonomian sudah mulai membaik dan mengalami peningkatan. Hal ini tidak terlepas dengan adanya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang ada di Kota Medan

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), *time to eat* termasuk dalam kategori Usaha Mikro karena merupakan usaha produktif perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih di bawah lima puluh juta rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan/atau memiliki hasil penjualan tahunan tidak lebih dari tiga ratus juta rupiah.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat besar dalam memajukan perekonomian masyarakat. Selain sebagai salah satu alternatif lapangan kerja baru, UMKM juga berperan dalam mendorong laju

pertumbuhan ekonomi dan peluang lapangan kerja bagi masyarakat. Seorang pengusaha harus mengetahui bagaimana agar usahanya itu berkembang dan sukses sesuai dengan tujuan yang diinginkannya. Salah satunya dengan memahami strategi pengelolaan yang cocok untuk usaha tersebut. Strategi sama maknanya dengan siasat atau taktik.

Salah satu cara pengusaha dapat mengembangkan usahanya dapat dilihat dari kemampuan dari pelaku usaha, dimana kemampuan seseorang dalam mengoptimalkan sumber daya yang dimilikinya seperti materil, waktu dan kreatifitas untuk berinovasi dalam menghasilkan produk maupun jasa yang memiliki kegunaan dan dapat memperoleh pendapatan dapat disebut dengan kewirausahaan.

Wirausahawan adalah orang-orang yang mempunyai usaha sendiri atau wirausahawan adalah orang yang berani membuka usaha kegiatan produktif yang mandiri. Menurut Hendro (2017:27) kewirausahawan sudah lebih dari sekedar menorganisasi karena bisa terdiri dari pencipta (*creator*), pemodal (investor) dan pelaku (innovator). Wirausahawan akan memunculkan terjadinya orientasi kewirausahaan, dimana orientasi kewirausahaan merupakan suatu fenomena usaha yang mencerminkan kemampuan manajemen pelaku usaha mereka, sebagaimana bisnis memulai untuk berinisiatif dan mengubah tindakan kompetitif mereka sehingga dapat menguntungkan bisnis yang dijalankannya (Iskandar, 2016).

Selain dari orientasi kewirausahaan, peluang usaha juga dapat mengembangkan usaha yang dijalankan. Menurut Hendro (2017:47) ada sepuluh faktor pengembangan atas keberhasilan usaha, yaitu Faktor peluang, Faktor manusia

(SDM), Faktor keuangan, Faktor organisasi, Faktor perencanaan, Faktor pengelolaan usaha, Faktor pemasaran dan penjualan, Faktor administrasi, Faktor peraturan pemerintah, politik, sosial, ekonomi, dan budaya lokal (Poleksosbud) dan Catatan bisnis.

Menurut Sunyoto (2018:88) peluang usaha adalah kesempatan yang harus diambil oleh seorang wirausahawan untuk mewujudkan atau melaksanakan suatu usaha dengan keberanian mengambil resiko. Peluang usaha bukanlah datang sendiri tetapi seorang wirausaha harus sanggup dan mampu menemukan tindakan yang tepat dan layak untuk mewujudkan peluang tersebut sebagai suatu kenyataan dengan kreatifitas dan inovasi. Sedangkan menurut Hendro (2017:49) yang menyatakan bahwa salah satu faktor keberhasilan usaha yaitu peluang usaha, peluang yang akan berhasil adalah peluang yang berskala industri dan bisa tumbuh besar untuk mencapai suatu keberhasilan didalam usaha.

Kota Medan sangat padat penduduknya, beragam bisnis dan usaha dijalani untuk mendapatkan pundi-pundi uang. Salah satu usaha yang paling banyak ditemui adalah usaha kuliner. Hal ini karena usaha kuliner dianggap memiliki potensi keuntungan yang menjanjikan. Banyaknya masyarakat yang membuka usaha kuliner menyebabkan persaingan semakin ketat. Tidak sedikit usaha yang tidak berkembang karena tidak mampu bersaing dan tidak dapat mengikuti selera pasar. Oleh karena itu para pelaku usaha harus memiliki keunggulan serta meningkatkan kinerja pemasaran produknya.

Adapun jenis-jenis usaha mikro kecil dan menengah yang ada di Kota Medan yaitu usaha dibidang kuliner, Fashion, Jasa. Adanya pengembangan dan

pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah yang dilakukan pemerintah maka kelanjutan ancaman pelonjakan penduduk khususnya di Kota Medan akan teratasi sekaligus memiliki peranan penting dalam aspek pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, tentunya dengan adanya pengembangan dan pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah yang dilakukan pemerintah khususnya Kota Medan mampu memberikan harapan kepada masyarakat untuk dapat mengembangkan usahanya. Berikut perkembangan jumlah usaha mikro kecil dan menengah di Kota Medan:

Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Kota Medan Tahun 2017-2020

No.	Jenis Usaha	Jumlah Unit			
		2017	2018	2019	2020
1.	Usaha Mikro	1497	1480	918	890
2.	Usaha Kecil	109	112	113	103
3.	Usaha Menengah	57	72	41	47
Total		1.663	1.664	1.072	1.040

Sumber: Data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan, 2021

Berdasarkan dari Tabel 1.1 diatas menunjukkan jumlah unit usaha mikro, kecil dan menengah yang terdaftar sebagai usaha binaan dari Kantor Dinas UMKM Kota Medan. Data di atas menunjukkan bahwasanya perkembangan usaha mikro kecil dan menengah di Kota Medan usaha mikro menjadi yang paling tinggi dan sebaliknya usaha menengah sangat sedikit, hal ini menjadi tugas bersama dengan pemerintah agar bisa menaikkan kelas bagi pelaku usaha dari yang semula usaha mikro ke usaha kecil dan dari usaha kecil di maksimalkan menjadi usaha menengah, hal itu bisa tercapai ketika pemerintah serius menjalankan visi dan misinya.

Kota Medan terdiri dari 21 Kecamatan, dimana terdapat 3 kecamatan dengan jumlah usaha menengah yaitu Kecamatan Medan Johor, Kecamatan Medan Baru, dan Kecamatan Medan Tembung. Berikut perkembangan jumlah usaha menengah di Kecamatan Medan Johor, Kecamatan Medan Baru, dan Kecamatan Medan Tembung

Tabel 1.2 Jumlah UMKM Bidang Kuliner Kota Medan Tahun 2019-2021

No.	Kecamatan	Tahun			Jumlah
		2019	2020	2021	
1.	Medan Johor	63	81	73	217
2.	Medan Baru	58	71	64	193
3.	Medan Tembung	60	63	51	174

Sumber: Data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan, 2022

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas menunjukkan bahwa bisnis kuliner di Kota Medan cukup besar, hal ini terlihat banyaknya pengusaha UMKM yang membuka usaha dibidang tersebut, hal ini menunjukkan bahwa peluang usaha untuk bisnis kuliner cukup menjanjikan. Namun bila dilihat dari data, usaha kuliner di Kecamatan Medan Baru masih berada di bawah dari pelaku UMKM yang ada di Medan Johor. Hal ini terlihat, bahwa persaingan atas usaha kuliner masih begitu ketat, maka hal itu perlu bagi pelaku usaha untuk melakukan ide-ide yang inovatif guna mengembangkan usahanya dan tetap bertahan dalam menjalankan usahanya.

Berdasarkan hasil pra-survey yang dilakukan peneliti yang melihat dari UMKM yang menjual usaha makanan (kuliner) didaerah Kecamatan Medan Baru yang sudah banyak melakukan penjualan makanan, dimana beberapa pengusaha

UMKM merasa bahwa peluang dari usaha yang mereka jalani cukup besar. Hal ini disebabkan lokasi di daerah Kecamatan Medan Baru yang ramai yang banyak dilalui oleh masyarakat, walaupun begitu tingkat persaingan usaha yang menjual makanan lainnya juga cukup tinggi. Maka hal ini pelaku usaha UMKM Kuliner perlu melakukan strategi dengan mengembangkan ide-ide yang kreatif dalam penjualan makanan agar mampu tetap bertahan dan dapat mengembangkan usahanya untuk lebih maju lagi.

Berdasarkan Latar Belakang yang telah dikemukakan, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul: **“Pengaruh Peluang dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru”**.

1.2 Rumusan Masalah

Latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya mengindikasikan adanya peluang dan orientasi kewirausahaan dapat memicu terjadinya pengembangan usaha. Artinya dengan adanya peluang dan orientasi kewirausahaan maka dapat mempermudah bagi UMKM Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru dalam meningkatkan pengembangan usahanya.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah, hingga bisa diformulasikan permasalahan adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh peluang secara positif dan signifikan terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru?

2. Apakah terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan secara positif dan signifikan terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru?
3. Apakah terdapat pengaruh peluang dan orientasi kewirausahaan secara positif dan signifikan terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh peluang secara positif dan signifikan terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru
2. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan secara positif dan signifikan terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru
3. Untuk mengetahui pengaruh peluang dan orientasi kewirausahaan secara positif dan signifikan terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat bagi Peneliti

Penelitian ini bisa menaikkan pengetahuan dalam memberikan sumbangan informasi ilmu yang dapat memberikan kontribusi dalam memajukan pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai kewirausahaan.

2. Manfaat bagi UMKM

Riset ini diharapkan bisa membagikan informasi serta pertimbangan dalam menentukan langkah dan kebijakan UMKM khususnya dalam penentuan perkembangan usaha makanan kuliner.

3. Manfaat bagi Universitas

Riset ini diharapkan bisa membagikan penambahan ilmu pengetahuan, khususnya untuk kewirausahaan dan jadi bahan bacaan serta bisa membagikan rujukan untuk mahasiswa lain.

4. Manfaat bagi Pihak Lain

Bisa dijadikan acuan serta dasar pemikiran tentang perkembangan UMKM paling utama yang berkenaan dengan kewirausahaan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

2.1.1.1 Pengertian UMKM

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS, 2012), usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 sampai dengan 99 orang. Sesuai Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dijelaskan bahwa pengertian dari UMKM yaitu sebagai berikut:

1. Usaha Mikro adalah suatu usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha mikro memiliki kriteria asset maksimal sebesar Rp 50 juta dan omzet sebesar Rp 300 juta.
2. Usaha Kecil adalah suatu usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Usaha kecil memiliki kriteria asset sebesar Rp 50 juta sampai dengan Rp 500 juta dan omzet sebesar Rp 300 juta sampai dengan Rp 2,5 miliar.

3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha menengah memiliki kriteria aset sebesar Rp 500 juta sampai dengan Rp 10 miliar dan omzet sebesar Rp 2,5 miliar sampai dengan Rp 50 miliar.

2.1.1.2 Karakteristik UMKM

Menurut (UUD Indonesia, 2008) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 karakteristik atau ciri-ciri dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM):

1. Jenis barang yang diproduksi dapat berganti sewaktu-waktu atau tidak tetap.
2. Tempat untuk melakukan kegiatan usaha dapat berpindah sewaktu-waktu
3. Dalam melakukan kegiatan usaha belum menerapkan administrasi, bahkan terkadang keuangan pribadi dan keuangan usaha masih disatukan.
4. Biasanya tingkat pendidikan sumber daya manusia dalam UMKM masih relatif rendah.
5. Pada umumnya pelaku usaha belum memiliki surat ijin usaha atau legalitas, termasuk NPWP.

Karakteristik atau ciri-ciri lain selain karakteristik di atas diantaranya yaitu:

1. Karakteristik Usaha Mikro
 - a. Jenis barang yang dijual tidak tetap dan dapat berubah kapanpun.

- b. Tempat melakukan kegiatan usaha tidak menetap dan dapat berpindah sewaktu-waktu.
 - c. Belum menerapkan administrasi keuangan dan masih menggabungkan keuangan pribadi atau keluarga dengan keuangan usaha.
 - d. Tetap dapat berkembang meski negara mengalami krisis ekonomi.
 - e. Tidak sensitif terhadap perubahan suku bunga.
 - f. Sulit untuk mendapat bantuan kredit dari perbankan.
 - g. Tenaga kerja yang dimiliki tidak banyak, sekitar 1 sampai 5 orang saja, termasuk juga anggota keluarganya.
 - h. Usahanya juga relatif kecil.
 - i. Lokasi usaha itu berada di lingkungan rumah.
 - j. Jarang terlibat dalam kegiatan atau aktivitas ekspor-impor.
 - k. Manajemen usaha dilakukan sendiri secara sederhana.
2. Karakteristik Usaha Kecil
- a. Tidak mempunyai sistem pembukuan sehingga pelaku usaha sulit mendapat bantuan kredit dari perbankan.
 - b. Sulit dalam meningkatkan atau memperbesar skala usaha, hal ini dikarenakan teknologi yang digunakan biasanya bersifat semi modern, bahkan masih ada yang mengerjakan usaha kecil dengan secara tradisional (tanpa teknologi).
 - c. Tidak terlibat dalam kegiatan ekspor dan impor.
 - d. Terbatasnya jumlah modal yang dimiliki.
 - e. Pemilik usaha kecil tidak dapat membayar gaji pegawai apabila dalam jumlah yang besar.

- f. Biaya produksi per unit barang lebih tinggi.
 - g. Jenis produk yang dijual tidak banyak. Usaha kecil dapat mengalami kebangkrutan apabila produk baru yang diproduksi tidak laku di pasaran atau produk lama yang sudah ketinggalan zaman.
 - h. Kurang dapat dipercaya oleh masyarakat. Usaha kecil harus selalu berusaha meyakinkan masyarakat saat menawarkan produk baru. Masyarakat akan cenderung menerima produk dari perusahaan besar, karena produk dari perusahaan besar sudah memiliki image dan sudah dikenal oleh banyak orang di berbagai kalangan.
3. Karakteristik Usaha Menengah
- a. Memiliki manajemen usaha yang lebih baik dan lebih modern. Terdapat pembagian tugas yang jelas diberbagai bagian misalnya bagian produksi, bagian pemasaran, bagian keuangan, dll.
 - b. Menerapkan administrasi keuangan dengan cara menggunakan sistem akuntansi secara teratur. Hal ini bertujuan untuk mempermudah pihak tertentu dalam melakukan pemeriksaan dan juga penilaian.
 - c. Memberikan jaminan sosial kepada para pekerja, misalnya jamsostek, jaminan kesehatan dan lain-lain.
 - d. Memiliki berbagai persyaratan legalitas, misalnya izin tetangga, izin usaha, NPWP, izin tempat dan lain-lain.

2.1.1.3 Asas dan Prinsip Pemberdayaan UMKM

Berdasarkan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, asas-asas pemberdayaan UMKM diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. Asas Kekeluargaan

Yaitu asas yang melandasi upaya pemberdayaan UMKM sebagai bagian dari perekonomian nasional yang diselenggarakan berdasarkan demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, keberlanjutan, efisiensi berkeadilan, berwawasan lingkungan, kemandirian, keseimbangan, kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional untuk tujuan tercapainya kesejahteraan rakyat.

2. Asas Demokrasi Ekonomi

Yaitu pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang diselenggarakan sebagai kesatuan dari pembangunan perekonomian nasional untuk tujuan tercapainya kesejahteraan rakyat.

3. Asas Kebersamaan

Yaitu asas yang mendorong peran seluruh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan dunia usaha secara bersama-sama dalam kegiatan untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat.

4. Asas Efisiensi Berkeadilan

Yaitu asas yang mendasari pelaksanaan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dengan mengedepankan efisiensi berkeadilan dalam usaha untuk mewujudkan iklim usaha yang kondusif, adil dan berdaya saing.

5. Asas Berkelanjutan

Yaitu asas yang secara terencana mengupayakan berjalannya proses pembangunan melalui pemberdayaan UMKM yang membentuk perekonomian yang tangguh dan mandiri.

6. Asas Berwawasan Lingkungan

Yaitu asas yang dilakukan dengan tetap memperhatikan dan mengutamakan perlindungan serta pemeliharaan lingkungan hidup.

7. Asas Kemandirian

Yaitu asas yang dilakukan dengan tetap mengedepankan dan menjaga potensi, kemandirian dan kemampuan UMKM.

8. Asas Keseimbangan Kemajuan

Yaitu asas pemberdayaan UMKM yang berupaya menjaga keseimbangan kemajuan ekonomi wilayah dalam kesatuan ekonomi nasional.

9. Asas Kesatuan Ekonomi Nasional

Yaitu asas pemberdayaan UMKM yang merupakan bagian dari pembangunan kesatuan ekonomi nasional.

Menurut Bab II Pasal 4 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, prinsip pemberdayaan UMKM yaitu sebagai berikut:

1. Penumbuhan kemandirian, kebersamaan dan kewirausahaan UMKM untuk berkarya dengan prakarsa sendiri.
2. Pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi UMKM.
3. Mewujudkan kebijakan publik yang transparan, akuntabel dan berkeadilan.
4. Peningkatan daya saing UMKM.
5. Penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian secara terpadu.

2.1.1.4 Tujuan Pemberdayaan UMKM

Berdasarkan Bab II Pasal 5 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, tujuan dari pemberdayaan UMKM yaitu:

1. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan.
2. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan UMKM menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.
3. Meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan pengentasan kemiskinan.

2.1.2 Peluang Usaha

2.1.2.1 Pengertian Peluang Usaha

Peluang berasal dari kata bahasa Inggris yaitu *Opportunity* yang berarti sebuah atau beberapa kesempatan yang muncul dari sebuah kejadian. Peluang usaha adalah sebuah kesempatan yang dimiliki oleh semua orang yang mempunyai jiwa kreatifitas dalam dirinya untuk memulai sebuah usaha. Menurut Solihin (2016) peluang merupakan tren positif yang berada di lingkungan eksternal perusahaan dan apabila peluang tersebut di eksploitasi oleh perusahaan maka peluang usaha tersebut berpotensi untuk menghasilkan laba bagi perusahaan secara berkelanjutan.

Menurut Mariotti (2016:147) peluang usaha adalah bentuk dari ide bisnis yang potensial bagi para pelanggan dalam memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya. Menurut Hendro (2017) berpendapat peluang bisnis dari sebuah inspirasi, ide, atau kesempatan yang muncul untuk dimanfaatkan bagi kepentingan seseorang baik dalam kehidupan sehari-hari atau dalam dunia bisnis. Menurut Bygrave & Zacharakis (2015) peluang usaha adalah kombinasi dari pemikiran dan

aksi untuk mengembangkan ide bisnis berdasarkan iklim pasar dari daerah/lingkungan konsumen.

Berdasarkan pengertian peluang usaha dari beberapa ahli, maka disimpulkan bahwa peluang usaha/bisnis adalah sesuatu yang dimulai dari ide atau hasil pemikiran bisnis kemudian membangun bisnis berdasarkan potensi dari konsumen. Dengan kata lain, peluang usaha dimulai dari ide bisnis yang potensial bagi pelanggan yang selanjutnya dikembangkan menjadi suatu usaha.

2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peluang Usaha

Peluang usaha adalah suatu yang sangat penting untuk diperhatikan bagi wirausahawan. Dikarenakan permintaan pasar yang sifatnya selalu berubah-ubah dan perkembangan zaman yang semakin maju menyebabkan wirausahawan harus melihat peluang bisnis yang sedang tren agar pelanggan tidak jenuh. Oleh sebab itu, para wirausahawan harus berfikir jauh kedepan untuk mempersiapkan apa saja yang baru dan menarik bagi masyarakat sehingga ketika peluang usaha muncul maka wirausahawan mencari cara untuk membuat produk/sistem kerja usaha agar menarik minat pelanggan. Menurut Bygrave & Zacharakis (2015) ada lima faktor penyebab munculnya peluang usaha yaitu :

1. Pelanggan

Pelanggan merupakan suatu hal yang paling utama dalam memunculkan peluang usaha karena riset pasar yang paling mudah adalah dari interaksi pelanggan atau langganan. Untuk membangun suatu usaha, hendaknya wirausahawan memperhatikan potensi dan jenis seperti apa pelanggan yang akan menjadi

penggerak jalannya usaha atau jasa yang dihasilkan dalam ekonomi yang dijalankan.

2. Kompetitor

Kebanyakan wirahusaha menganggap jika terdapat pesaing usaha maka hal tersebut menjadi suatu ancaman bagi bisnisnya. Jika wirausahawan tersebut dapat mengidentifikasi pesaing usahanya maka wirausahawan akan meraih peluang. Untuk mengidentifikasi pesaing secara keseluruhan mulailah dari riset pelanggan. Seperti bagaimana cara wirausahawan memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan. Selain itu wirausahawan harus mengidentifikasi pesaing yang berdampak secara langsung, pesaing yang berdampak secara tidak langsung, dan usaha substansi.

3. Pemasok dan Perantara Pemasaran

Dalam kegiatan usaha tidak terlepas dari peran pihak lain untuk menciptakan peluang bisnis. Peran pemasok dalam menciptakan peluang adalah membentuk hubungan bisnis dengan cara menyalurkan sumber daya yang diperlukan oleh wirausaha. Sedangkan peran untuk menciptakan peluang dari perantara pemasaran adalah membantu mempromosikan, menjual, dan mendistribusikan suatu produk.

4. Kondisi Pemerintahan

Sistem politik disuatu negara berpengaruh terhadap peluang usaha karena produk yang diciptakan harus sesuai dengan sistem hukum yang berlaku di suatu negara. Sistem pemerintahan berisi seperangka aturan dasar tentang pola kepemimpinan pola kepemimpinan. Misalnya negara penganut paham liberal seperti Amerika Serikat memperbolehkan wirausaha menerapkan usaha apa saja

secara bebas dan negara penganut paham komunis seperti China dan Korea Utara membatasi wirausaha dalam menerapkan usaha yang sesuai dengan pemerintah komunis.

5. Lingkungan Global

Setiap sesuatu tidak luput dari namanya globalisasi, termasuk dalam bisnis. Bisnis juga perlu sentuhan globalisasi karena terkadang suatu hal yang dimiliki di negara sendiri tidak dimiliki oleh negara lain. Oleh karena itu, peluang usaha dapat muncul jika wirausahawan dapat melihatnya. Setelah mengidentifikasi faktor-faktor munculnya peluang usaha, wirausahawan juga harus mencari dimana peluang itu berasal.

Menurut Mariotti (2016:151) ada tiga cara untuk mendapatkan peluang usaha yaitu sebagai berikut:

1. Peluang Usaha Melalui Media

Media telah menjadi hal yang tidak bisa terlepas dari lingkungan dan gaya hidup masyarakat. Media membantu masyarakat mencari informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat luas. Termasuk dalam mencari peluang usaha. Kecanggihan teknologi membuat jenis media tidak hanya media cetak, radio, ataupun media televisi namun juga media internet yang bahkan mendominasi dari media yang lain. Dengan melihat potensi media internet yang tinggi menyebabkan peluang mudah didapat.

2. *Trade Resources*

Berbagai jenis dari segmentasi pasar dapat membantu wirausahawan menemukan peluang usaha. Untuk itu wirausahawan harus meriset suatu

lingkungan masyarakat terhadap apa yang masyarakat butuhkan ataupun inginkan dari sumber data yang didapat wirausaha membangun / meningkatkan usaha yang sesuai dengan permintaan pasar.

3. Internet

Internet merupakan salah satu cara mendapatkan peluang yang paling mudah karena aksesnya murah dan mudah. Dari internet wirausahawan akan menemukan suatu peluang usaha yang unik dan tidak pernah terfikirkan orang lain untuk membuatnya.

2.1.2.3 Indikator Peluang Usaha

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori dari Mariotti (2016:151) yaitu :”peluang usaha adalah bentuk dari ide bisnis yang potensial bagi para pelanggan dalam memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya”. Berdasarkan teori yang penulis aplikasikan kedalam penelitian ini, penulis mendapati indikator yang menjadi kesimpulan dari teori tersebut antara lain sebagai berikut :

1. Mengenali kebutuhan atau keinginan pasar

Banyak perusahaan yang berkembang di era globalisasi yang berhasil dikarenakan mereka mampu bersaing dengan mengenali dan memecahkan masalah yang berkaitan dengan kebutuhan pasar didalam kebutuhan dan keinginan permintaan pasar. Masalah tersebut dapat ditemukan melalui diri sendiri maupun orang lain. Masalah tersebut berupa apakah produk yang tersedia dapat memenuhi kehidupan atau standart pasar yang dibutuhkan oleh manusia. Apakah produk tersebut tersedia disuatu wilayah atau tidak.

2. Mengenai tren yang sedang terjadi

Zaman sekarang sudah semakin banyak mengalami perubahan secara terus-menerus. Perubahan zaman sering kali menciptakan peluang yang tidak pernah terpikirkan sebelumnya. Karena zaman yang selalu berubah maka tren juga mengikuti perubahan sehingga wirausahawan harus mengikuti *Global Update* agar usahanya tidak tertinggal oleh zaman.

3. Mampu berfikir unik dan inovatif

Berfikir inovatif merupakan ciri-ciri wirausahawan yang berhasil. Selain itu mereka juga mengembangkan ide mereka dan mengubah ide menjadi satu wujud/produk yang dapat berguna bagi orang lain.

2.1.3 Orientasi Kewirausahaan

2.1.3.1 Pengertian Orientasi Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan. Menurut Feranita & Setiawan (2018:58) mengemukakan bahwa: “Orientasi kewirausahaan sebagai kombinasi perilaku inovatif, proaktif dan pengambilan risiko yang dimaksudkan untuk menciptakan nilai dalam organisasi. Suatu organisasi dapat memiliki struktur kewirausahaan, dan anggota suatu organisasi”. Menurut Porter (2018) Mengemukakan bahwa “orientasi kewirausahaan sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam market place yang sama”.

Menurut Aditya & Rastini (2017:42) mengemukakan bahwa: “Orientasi kewirausahaan ada baiknya dimiliki oleh manajer dalam suatu perusahaan. Jika manajer sudah memiliki suatu orientasi kewirausahaan, maka perusahaan yang

dipimpinnya akan mampu bersaing dengan perusahaan pesaing. Melalui orientasi kewirausahaan, manajer akan mampu menciptakan suatu keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dipimpinnya”

Orientasi wirausaha adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan (Wirawan, 2017:63). Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa Membuka usaha atau berwirausaha dibutuhkan orientasi kewirausahaan karena dengan adanya orientasi kewirausahaan usaha yang dijalani ada arah usaha yang dirintis supaya usaha yang dijalani sesuai dengan harapan para pelaku usaha. Dengan adanya orientasi kewirausahaan pelaku usaha mempraktekan kedalam usahanya seperti membuat ide kreatif untuk usahanya, mencari peluang usaha untuk memperluas usahanya, keberanian mengambil resiko serta berani bersaing demi memenangkan persaingan yang ada pada pesaing

2.1.3.2 Ciri dan Sifat Kewirausahaan

Menurut Soegoto (2014:29) mengemukakan bahwa untuk menjadi wirausahawan yang handal maka harus memiliki karakteristik kewirausahaan tertentu, berikut ciri dan sifat kewirausahaan sebagai berikut:

1. Ciri dari Seorang Kewirausahaan, terdiri dari :
 - a. Percaya diri
 - b. Berorientasi pada tugas dan hasil
 - c. Pengambilan resiko dan suka tantangan
 - d. Kepemimpinan
 - e. Keorsinilan

- f. Berorientasi ke masa depan
 - g. Jujur dan tekun
2. Sifat dari Seorang Kewirausahaan, terdiri dari :
- a. Keyakinan, kemandirian, individualitas, optimisme
 - b. Kebutuhan akan berprestasi, berorientasi laba, ketekunan dan ketabahan, tekad yang kuat, bekerja keras, energik dan memiliki inisiatif
 - c. Kemampuan mengambil resiko dan suka tantangan
 - d. Berjiwa pemimpin, bergaul dengan orang lain suka terhadap saran dan kritik yang membangun.
 - e. Memiliki inovasi dan kreativitas yang tinggi, fleksibel, serba bisa dan memiliki jaringan bisnis yang luas
 - f. Persepsi dan pandangan yang berorientasi ke depan
 - g. Mengutamakan kejujuran dalam bekerja dan tekun dalam menyelesaikan pekerjaan

2.1.3.3 Faktor-Faktor Pada Kewirausahaan

Menurut Soegoto (2014:35) mengemukakan bahwa terdapat faktor-faktor yang harus ada dalam diri seorang entrepreneur adalah

1. *The Creativity:*

Kreatif menghasilkan sesuatu yang baru dengan menambahkan nilainya. Pertambahan nilai ini tidak hanya diakui oleh wirausahawan semata, namun juga oleh audiens yang akan menggunakan hasil kreasi tersebut.

2. *The Commitment:*

Memiliki komitmen yang tinggi terhadap apa yang ingin dicapai dan dihasilkan dari waktu dan usaha yang ada.

3. *The Risk:*

Siap menghadapi risiko yang mungkin timbul, baik risiko keuangan, fisik, dan risiko sosial.

4. *The Reward:*

Penghargaan yang utama adalah independensi atau kebebasan yang diikuti dengan kepuasan pribadi. Sedangkan reward berupa uang biasanya dianggap sebagai suatu bentuk derajat kesuksesan usahanya.

2.1.3.4 Indikator Orientasi Kewirausahaan

Indikator dari Orientasi kewirausahaan dalam penelitian ini dikemukakan oleh penelitian Menurut Miller dalam Herlinawati (2019:3) Mengemukakan bahwa Orientasi Kewirausahaan terbagi menjadi 3 indikator yaitu sebagai berikut :

1. Keinovasian

Kemauan untuk memperkenalkan kebaruan dan sesuatu yang baru melalui proses eksperimen dan kreativitas yang bertujuan untuk mengembangkan produk dan layanan baru serta proses baru.

2. Proaktif

Karakteristik perspektif berwawasan ke depan yang memiliki kejelian untuk mencari peluang dalam mengantisipasi permintaan di masa mendatang.

3. Pengambilan Risiko.

Kesediaan perusahaan untuk memutuskan dan bertindak tanpa pengetahuan definitif tentang kemungkinan pendapatan dan dapat berspekulasi dalam risiko pribadi, keuangan dan bisnis.

Indikator orientasi kewirausahaan menurut Miller dalam Wirawan (2017:63) sebagaimana adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan Berinovasi
 - a. Berinovasi dalam menghadapi permintaan konsumen.
 - b. Berinovasi membuat alat produksi yang lebih efektif.
2. Berani Mengambil Resiko
 - a. Berani mengambil resiko dalam memasuki sebuah pasar baru.
 - b. Berani menawarkan produk kepada distributor yang belum dikenal.
3. Proaktif
 - a. Dengan aktif menerima saran dan kritik yang diberikan distributor atas produk.
 - b. Percaya diri dalam menjalankan usaha ini.

2.1.4 Pengembangan Usaha

2.1.4.1 Pengertian Pengembangan Usaha

Pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri serta dapat berkembang menjadi usaha menengah. Pengembangan Usaha merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan sesuatu dengan cara mengembangkan dan mentransformasi berbagai

sumber daya menjadi barang/jasa yang diinginkan konsumen (Pradhanawarti & Prabawani. 2016). Pengembangan usaha yaitu dengan memperkuat modal kerja dan juga memperbanyak cabang maupun usaha pembantu (Anoraga & Sudantoko, 2017).

Menurut Anoraga (2017) Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar. Maka dapat disimpulkan pengembangan usaha adalah suatu tanggung jawab dari setiap pengusaha atau lembaga yang menghasilkan produk atau jasa yang di butuhkan masyarakat yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas untuk membuat usahanya menjadi lebih besar.

Menurut Nitisusantro (2016) pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah pemerintah daerah, masyarakat, dan stakeholder lainnya untuk memberdayakan suatu usaha melalui pemberian fasilitas, bimbingan pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing sebuah usaha

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan pengembangan UMKM adalah suatu tindakan atau proses untuk memajukan kondisi UMKM ke arah yang lebih baik.

2.1.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha

Usaha kecil sebagai salah satu penyangga dalam kegiatan ekonomi masyarakat merupakan fenomena menarik yang perlu diikuti terus dan dibina sehingga dapat tumbuh dan berperan lebih besar dalam perekonomian Indonesia. Jumlah pengusaha demikian banyak, mereka bukan semakin berkembang tetapi semakin menurun dan mengalami kerugian dan kebangkrutan. Primiana (2014:55) menyebutkan ada faktor internal dan eksternal.

1. Faktor internal terdiri dari: permodalan, manajerial (kemampuan manajemen, produksi, pemasaran dan sumber daya manusia)
2. Faktor Eksternal: merupakan masalah yang muncul dari pihak pengemban dan pembina UMKM, misalnya solusi yang diberikan tidak tepat sasaran, tidak adanya monitoring dan program yang tumpang tindih.

Menurut (Tambunan, 2017) mengemukakan bahwa perkembangan usaha dipengaruhi oleh: Modal, pemasaran, bahan baku, tenaga kerja, teknologi, biaya transportasi, energi yang tinggi, komunikasi, prosedur administrasi

2.1.4.3 Tahapan Pengembangan Usaha

Menurut Anoraga (2017:90) ada beberapa tahapan pengembangan usaha antara lain:

1. Tahap I: Identifikasi Peluang Perlu mengidentifikasi peluang dengan didukung data dan informasi. Informasi biasanya dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti :
 - a. Rencana Perusahaan
 - b. Saran dan usul manajemen kecil

- c. Program dan pemerintah
 - d. Hasil berbagai riset peluang usaha
 - e. Kadin atau asosiasi usaha sejenis
2. Tahap II: Merumuskan alternatif usaha Setelah informasi berkumpul dan dianalisis maka pimpinan perusahaan atau manajer usaha dapat dirumuskan usaha apa saja yang mungkin dapat dibuka.
 3. Tahap III: Seleksi Alternatif Alternatif yang banyak selanjutnya harus dipilih satu atau beberapa alternatif yang terbaik dan prospektif. Untuk usaha yang prospektif dasar pemilihannya antara lain dapat menggunakan kriteria sebagai berikut:
 - a. Ketersediaan Pasar
 - b. Resiko Kegagalan
 - c. Harga
 4. Tahap IV : Pelaksanaan Alternatif Terpilih Setelah penentuan alternatif maka tahap selanjutnya pelaksanaan usaha yang terpilih.
 5. Tahap V : Evaluasi Evaluasi dimaksud untuk memberikan koreksi dan perbaikan terhadap usaha yang dijalankan. Di samping itu juga diarahkan untuk dapat memberikan masukan bagi perbaikan pelaksanaan usaha selanjutnya.

2.1.4.4 Indikator Pengembangan Usaha

Dari berbagai faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan UMKM, mengambil variabel yang digunakan sebagai variabel bebas dalam penelitian ini.

Menurut Budiarto (2015) Indikator perkembangan usaha ditandai dengan:

1. Peningkatan volume produksi

2. Mampu melakukan melakukan diversifikasi produk
3. Mampu mengurangi produk gagal
4. Menerapkan pencatatan keuangan dan aliran barang
5. Mampu melakukan kontrol kualitas
6. Mampu melakukan aktivitas peningkatan kompetensi tenaga kerja
7. Melakukan peningkatan efisiensi konsumsi bahan bakar
8. Melakukan pengelolaan limbah sampah
9. Mengalami peningkatan aset, omset dan tenaga kerja

Sedangkan menurut Pradhanawarti & Prabawani (2016) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa indikator pengembangan Usaha terdiri dari :

1. Motif merubah keadaan
2. Peluang untuk berkembang
3. Tingkat kebutuhan

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut dapat disajikan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian, yaitu:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	Pangeran (2012)	Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Kinerja Keuangan Pengembangan Produk Baru Usaha Mikro Kecil Dan Menengah	Hasil penelitian ini menyimpulkan beberapa simpulan penting. Pertama, hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan pengembangan produk dan baru. Kedua, pengambilan risiko, sebagai salah satu dari orientasi kewirausahaan, berpengaruh terhadap kinerja keuangan pengembangan produk baru.
2.	Iskandar (2017)	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Peluang Pasar terhadap Kinerja Usaha Perdagangan Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Peureulak	Hasil penelitian menunjukan bahwa secara parsial orientasi kewirausahaan dan dan peluang pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah perdagangan di Kecamatan Peureulak Kota

		Kota Kabupaten Aceh Timur	
3.	Marlinah (2020)	Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemerintah telah memberikan berbagai peluang untuk para pelaku UMKM menjalankan usahanya, perhatian penuh kepada UMKM dari pemerintah. Peluang lain untuk UMKM adalah berupa Pencanaan gerakan 100.000 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) <i>Go Online</i> secara bersama sama di 30 kota atau kabupaten di Indonesia untuk menjadikan Indonesia sebagai <i>Digital Energy of Asia</i> . Tantangan UMKM adalah bagaimana menghadapi strategi dalam mengisi kebutuhan pasar dalam negeri maupun pasar global, Bagaimana UMKM memiliki strategi entrepreneurship yang berbasis teknologi IT (<i>Information Technology</i>) dan menjaga kearifan lokal.
4.	Widyansah (2020)	Keberhasilan Usaha Ditinjau Dari Peluang Usaha Dan Pengelolaan Keuangan (Studi Kasus Pada Industri Mi Soun Desa Manjung, Kecamatan Ngawen, Kabupaten Klaten)	Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Ada Pengaruh Peluang Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Dapat Diterima, Ada Pengaruh Pengelolaan Keuangan Terhadap Keberhasilan Usaha Dapat Diterima Dan Ada Pengaruh Peluang Usaha Dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Keberhasilan Usaha Dapat Diterima
5.	Fatimah (2021)	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan (<i>Entrepreneurial Orientation</i>) Terhadap Kinerja Pengembangan Produk Baru Yang Dimediasi Oleh Inovasi Model Bisnis (Studi Empiris Pada Usaha Kecil Di Daerah Sleman Yogyakarta)	Hasil dari penelitian ini adalah adanya pengaruh positif dari orientasi kewirausahaan, Kinerja Pengembangan Produk Baru, dan inovasi model bisnis yang memediasi antara orientasi kewirausahaan dan Kinerja Pengembangan Produk Baru

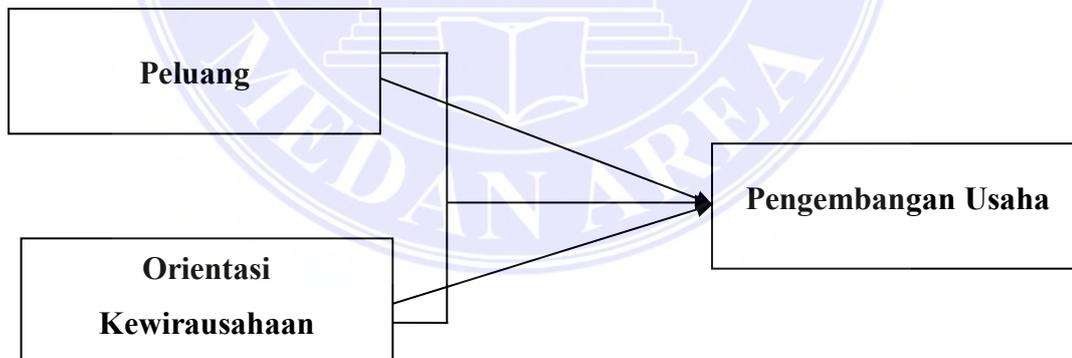
2.3 Kerangka Konseptual

Pengembangan UMKM tidak terlepas dari faktor internal dan eksternal. Untuk faktor eksternal yaitu ada peran dari pemerintah dalam pengembangan UMKM. Pengembangan UMKM adalah suatu tindakan atau proses untuk memajukan kondisi UMKM ke arah yang lebih baik.

Beberapa hal yang dapat mempengaruhi berkembangnya suatu usaha, dimana pengusaha harus mampu melihat peluang dalam mengembangkan usahanya dengan memberikan ide-ide kreatif dalam menciptakan suatu produk. Dan juga siap orientasi dari kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha dalam menjalankan usahanya, dimana pengusaha harus sudah mempersiapkan strategi dalam mengantisipasi tantangan yang akan terjadi.

Menurut Hendro (2017) berpendapat peluang bisnis dari sebuah inspirasi, ide, atau kesempatan yang muncul untuk dimanfaatkan bagi kepentingan seseorang baik dalam kehidupan sehari-hari atau dalam dunia bisnis. Sedangkan Tantangan adalah hal atau objek yang menggugah tekad untuk meningkatkan kemampuan mengatasi masalah.

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun kerangka konseptual sebagai berikut :



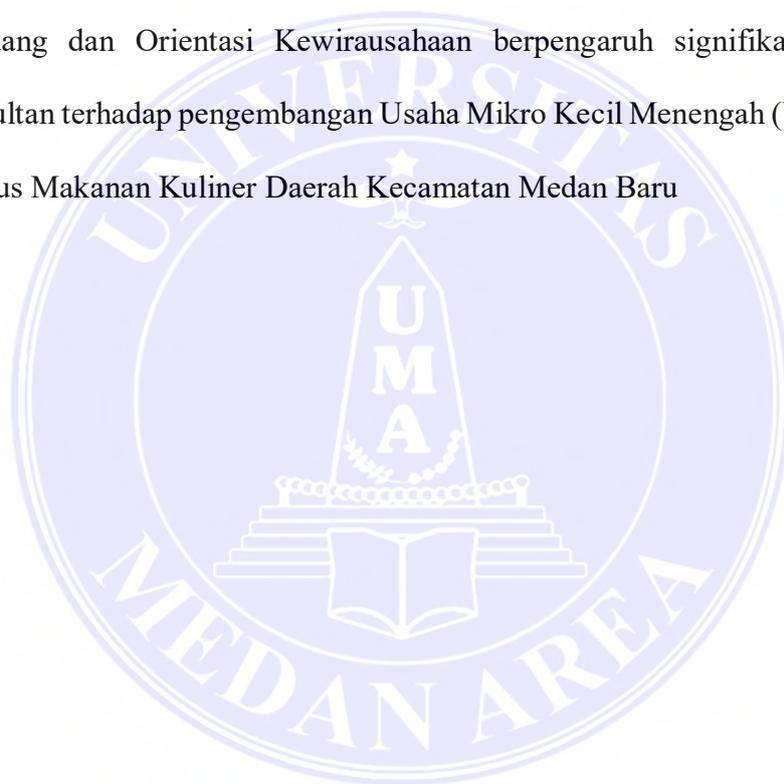
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Peluang dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pengembangan Usaha

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pada kerangka konseptual di atas maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Peluang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru.
2. Orientasi Kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru.
3. Peluang dan Orientasi Kewirausahaan berpengaruh signifikan dan secara simultan terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif yaitu penelitian untuk mengetahui hubungan antara dua variabel (atau lebih) tersebut. Hubungan antara variabel dalam penelitian akan dianalisis dengan menggunakan ukuran statistika yang relevan atas data tersebut untuk menguji hipotesis. Penelitian asosiatif Sugiyono (2017) merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.”

3.1.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pengusaha Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Makanan Kuliner beralamat di Kecamatan Medan Baru.

3.1.3 Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian ini dimulai sejak April 2023 sampai dengan September 2023, dengan perincian waktu sebagai berikut:

Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian

Kegiatan Penelitian	Apr 2023				Mei 2023				Jun 2023				Jul 2023				Agus 2023				Sept 2023				Okt 2023			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Penyusunan Proposal				■																								
Bimbingan Proposal					■	■	■	■																				
Seminar Proposal												■																
Perbaikan Proposal												■	■	■	■													
Pengumpulan Data																■	■	■	■									
Penyusunan Skripsi																■	■	■	■									
Seminar Hasil																				■								
Revisi Seminar Hasil																					■	■	■	■				
Sidang Skripsi																												■

3.2 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017) mengatakan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek / subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Makanan Kuliner Kecamatan Medan Baru yaitu sebanyak 64 UMKM.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil dari sebagian data yang dianggap telah dapat mewakili seluruh populasi. Menurut Sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Dimana sampel yang digunakan berupa sampel jenuh, yaitu menggunakan seluruh populasi untuk sampel penelitian yaitu sebanyak 64 UMKM Makanan Kuliner Kecamatan Medan Baru.

3.3 Definisi Variabel Penelitian

Definisi operasional merupakan definisi variabel-variabel yang digunakan dalam suatu penelitian. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Dimensi	Skala
Pengembangan Usaha (Y)	Pengembangan Usaha merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan sesuatu dengan cara mengembangkan dan mentransformasi berbagai sumber daya menjadi barang/jasa yang diinginkan konsumen.	1. Motif merubah keadaan	1. Motivasi diri, berfikir positif, memiliki komitmen untuk mengembangkan usaha. 2. Modal usaha merupakan bagian penting dalam membantu pengembangan usaha 3. Modal pinjaman usaha yang diberikan bermanfaat	

	Pradhanawarti & Prabawani (2016)	2. Peluang untuk berkembang	1. Membaca peluang pasar untuk memperluas pemasaran 2. Melakukan evaluasi dan pengawasan usaha 3. Mencari peluang untuk mengantisipasi terjadinya persoalan penjualan	Likert
		3. Tingkat kebutuhan Sumber : Pradhanawarti & Prabawani (2016)	1. Dapat memenuhi kebutuhan 2. Fasilitas pelatihan dan perkuatan modal sesuai dengan kebutuhan usaha. 3. Dapat memenuhi pendapatan/omzet dari penjualan	
Peluang Usaha (X ₁)	Peluang usaha adalah bentuk dari ide bisnis yang potensial bagi para pelanggan dalam memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya. Mariotti (2016:147)	1. Mengenali kebutuhan atau keinginan pasar	1. Membuka usaha kuliner dikarenakan sesuai dengan kebutuhan dari masyarakat 2. Mengidentifikasi peluang bisnis berdasarkan kebutuhan konsumen. 3. Kebutuhan dan keinginan dari pelanggan	Likert
		2. Mengenai tren yang sedang terjadi	1 Berusaha mencari peluang bisnis dengan melihat tren yang diminati 2 Kerja keras dengan mengembangkan produk. 3 Membuat makanan kekininan yang disukai	
		3. Mampu berfikir unik Sumber : Mariotti (2016:151)	1 Ide inovatif yang dapat diimplementasikan 2 Ide unik yang belum pernah dilakukan sebelumnya. 3 Kreatifitas dalam menciptakan nama	
Orientasi Kewirausahaan (X ₂)	Orientasi wirausaha adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan (Wirawan, 2017:63).	1. Kemampuan Berinovasi	1. Menemukan terobosan baru bagi usaha 2. Menerapkan ide-ide tentang usaha. 3. Membuat inovasi baru dalam usaha	Likert
		2. Berani Mengambil Resiko	1. Berani mengambil resiko dalam hal penempatan lokasi 2. Berani dalam hal kemampuan mengambil resiko keuangan. 3. Antisipatif terhadap usaha	

		3. Proaktif Sumber Herlinawati (2019:3)	1. Kemauan untuk mencoba hal yang baru 2. Kompetitor dalam bisnis. 3. Proaktif dalam meningkatkan kinerja usaha	
--	--	------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.7.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian yaitu data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang digunakan atau diukur dalam suatu skala numerik atau angka.

3.7.2 Sumber Data

Sumber data yang diperlukan adalah data primer dan data sekunder. Secara rinci, data yang dikumpulkan meliputi:

1. Data primer diperoleh secara langsung dari objek penelitian, yaitu hasil penyebaran angket (kuesioner) pada sampel yang telah ditentukan
2. Data sekunder diperoleh dari buku, literatur, media internet, dan sumber-sumber lain yang mendukung dalam penelitian ini

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data atau variable dari sumber-sumber yang didapat secara tidak langsung dari subyek penelitian berupa sejumlah

dokumen, catatan, buku, transkrip, surat kabar, brosur, website, makalah-makalah, majalah dan lain-lain

2. Kuesioner (Angket)

Menurut (Sugiyono, 2017) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat mengenai pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Adapun dalam penyebaran kuesioner yang dapat dilakukan peneliti dengan menggunakan jenis skala likert, dimana pengukuran skala likert dengan bentuk checklist dimana setiap pertanyaan mempunyai 5 opsi yaitu:

Tabel 3.3 Skala Likert

Item	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.6 Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya setiap butir pertanyaan yang diberikan kepada responden didalam mendefinisikan suatu variabel. Instrument dapat dinyatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Sugiyono, 2017)

Selanjutnya untuk mengukur validitas setiap butir pertanyaan, maka digunakan teknik korelasi *product moment* / korelasi sederhana, yaitu :

$$r = \frac{n \cdot \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Dimana,

- n = banyaknya pasangan pen
 $\sum x$ = jumlah pengamatan variabel x
 $\sum y$ = jumlah pengamatan variable y
 $(\sum x^2)$ = jumlah kuadrat pengamatan variabel x
 $(\sum y^2)$ = jumlah kuadrat pengamatan variabel y
 $(\sum x)^2$ = kuadrat jumlah pengamatan variabel x
 $(\sum y)^2$ = kuadrat jumlah pengamatan variabel y
 $\sum xy$ = jumlah hasil kali variabel x dan y

Ketentuan apakah suatu butir instrument valid atau tidak adalah melihat nilai probabilitas koefisien korelasinya. Dalam rumus *Korelasi Product Moment* dari *pearson*, dengan ketentuan:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka variabel tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menentukan apakah kuesioner tetap konsisten apabila digunakan lebih dari satu kali terhadap gejala yang sama dengan alat ukur yang sama. Uji statistik *Cronbach Alpha* (α) digunakan untuk menguji tingkat reliabel suatu variabel. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Apabila alpha mendekati satu, maka reliabilitas datanya semakin terpercaya (Ghozali, 2016).

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, yakni menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka dan kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut dengan tahap:

3.7.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan uji regresi ganda untuk menguji pengaruh antara peluang usaha dan orientasi kewirausahaan terhadap pengembangan usaha, baik secara parsial maupun secara simultan. Teknik analisis berganda ini dilakukan dengan bantuan *software* statistik yaitu *SPSS 23 (Statistical Product and Service Solution)*. Dalam metode analisis data ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan spesifikasi model sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Variabel Pengembangan Usaha

a : Konstanta

X_1 : Variabel Peluang Usaha

X_2 : Variabel Orientasi Kewirausahaan

b : Koefisien regresi

e : Variabel pengganggu

Karena model analisis yang dipakai adalah regresi linear berganda, maka diperoleh uji asumsi klasik yang dapat diuraikan sebagai berikut:

3.7.2 Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

3.7.2.1 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lainnya dalam suatu model regresi, atau untuk mengetahui ada tidaknya korelasi diantara sesama variabel independen (Ghozali, 2016). Uji Multikolinearitas dilakukan dengan membandingkan nilai toleransi dan nilai *variance* (VIF) dengan nilai yang disyaratkan. Nilai yang disyaratkan bagi nilai toleransi adalah lebih besar dari 0,1, dan untuk nilai VIF kurang dari 10.

3.7.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian untuk melihat apakah dalam suatu model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari *residual* suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Untuk menguji ada tidaknya masalah heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat apakah terdapat pola tertentu pada garfik *scatterplot* antara *SRESID* dan *ZPRED* dimana sumbu Y adalah *residual* dan sumbu X adalah X yang telah diprediksi. Apabila terdapat pola tertentu secara teratur pada grafik *scatterplot* maka terdapat indikasi bahwa terdapat heterokedastisitas.

3.7.3 Uji Hipotesis

3.7.3.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dimana uji t mencari t_{hitung} dan membandingkan dengan t_{tabel} apakah variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak dengan variabel dependen. Menghitung nilai signifikan t dengan rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber: (Ghozali, 2016)

Dimana: $t = \text{Nilai } t_{\text{hitung}}$

$r = \text{Koefisien korelasi}$

$n = \text{Jumlah sampel}$

Kriteria Pengujian hipotesis yaitu:

$H_0: \beta = 0$, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

$H_a: \beta \neq 0$, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah:

1) Jika $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2) Jika $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.7.3.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel tidak bebas. Dimana uji F mencari " F_{hitung} " dan membandingkan dengan " F_{tabel} ", apakah variabel variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak dengan variabel dependen, nilai F_{hitung} dapat dicari rumus sebagai berikut:

$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2/(k-2)}{(1-R^2)/(N-k)}$$

Sumber : (Ghozali, 2016)

Dimana: $N = \text{jumlah sampel}$

$k = \text{jumlah variabel}$

$R = \text{koefisien korelasi ganda}$

Kriteria Pengujian hipotesis yaitu:

Ho: $\beta = 0$, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Ha: $\beta \neq 0$, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah:

- a. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka Ho diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka Ho ditolak, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.7.4 Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinan (R^2) pada dasarnya mengukur seberapa jauh dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinan berada diantara nol (0) dan satu (1). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Menurut (Ghozali, 2016) Uji koefisien determinasi (uji R^2) digunakan untuk persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk melihat sejauh mana kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh persamaan regresi yang akan terbentuk.

Rumus untuk mengukur besarnya proporsi adalah:

$$D = R^2 \times 100 \%$$

Dimana: D = Koefisien Determinan.

R^2 = Nilai Koefisien Berganda

100% = Persentase Kontribusi

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian, maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Peluang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru, hal ini terlihat dari $t_{hitung} (4,443) > t_{tabel} (1,998)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 di tolak dan H_a diterima.
2. Orientasi Kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru, hal ini terlihat dari $t_{hitung} (3,284) > t_{tabel} (1,998)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ maka H_0 di tolak dan H_a diterima.
3. Peluang dan Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru, hal ini terlihat dari $F_{hitung} (77,530) > F_{tabel} (3,15)$ dengan tingkat signifikansi 0.000, dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,708 yang berarti bahwa terdapat pengaruh antara peluang usaha dan orientasi kewirausahaan terhadap pengembangan usaha sebesar 70,8%, sedangkan untuk *R Square* sebesar 0,718 atau 71,8 % yang artinya hubungan peluang usaha dan orientasi kewirausahaan terhadap pengembangan usaha UMKM Makanan Kuliner Kecamatan Medan Baru, sedangkan sisanya 28,2% variabel-

variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini, misalnya orientasi pasar, modal usaha, karakteristik wirausaha dan variabel lainnya

5.2 Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan daya saing dalam usaha, maka diharapkan untuk para pelaku usaha dapat meningkatkan kemampuannya dalam dunia bisnis usaha Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru.
2. Para pelaku usaha mikro kecil dan menengah agar dapat melihat potensi pasar sehingga dapat bersaing dengan pelaku bisnis lainnya.
3. Bagi pemerintah agar dapat kiranya memberikan bantuan modal dan peluang dalam pengembangan usaha dengan diberikan pelatihan-pelatihan kepada para pelaku usaha kecil khususnya yang ada di Kecamatan Medan Baru sehingga mereka nantinya dapat berkembang dan mampu meningkatkan perekonomian mereka dan daerah

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, K. N. K., & Rastini, N. M. (2017). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(8), 4240–4264.
- Anoraga, P. (2017). *Pengantar Bisnis :Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Anoraga, P., & Sudantoko, D. (2017). *Koperasi Kewirausahaan dan Usaha Kecil*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Budiarto, R. (2015). *Pengembangan UMKM: Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*. Yogyakarta.: Gadjah Mada University Press.
- Bygrave, W. D., & Zacharakis, A. (2015). *Entrepreneurship*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Fatimah, N. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan (Entrepreneurial Orientation) Terhadap Kinerja Pengembangan Produk Baru Yang Dimediasi Oleh Inovasi Model Bisnis (Studi Empiris Pada Usaha Kecil Di Daerah Sleman Yogyakarta). *Skripsi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*.
- Feranita, N. V., & Setiawan, H. A. (2018). Peran Keunggulan Bersaing dalam Memediasi Dampak Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM. *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*, 18(1).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hendro. (2017). *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Herlinawati, et al. (2019). The Effect of Entrepreneurial Orientation on SMEs Business Performance Indonesia. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(5).
- Indonesia. (2008). *Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Jakarta.
- Iskandar. (2017). Pengaruh Kewirausahaan dan Peluang Pasar terhadap Kinerja Usaha Perdagangan Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Peureulak Kota Kabupaten Aceh Timur. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 611–618.
- Iskandar, S. F. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan

- Terhadap Kinerja Usaha Pada Pemilik Ukm Sektor Manufaktur Garmen Di Tanah Abang, Jakarta Pusat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 16(1), 13–24.
- Lucky, M., & Rosmadi, N. (2019). Analisis Faktor-faktor Penunjang Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Seminar Nasional Ekonomi & Bisnis Dewantara*, 1(1), 41–48.
- Mariotti, S. (2016). *Entrepreneurship, Owning Your Future*. USA: Pearson Education, Inc.
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 118–124.
- Nitisusantoro, M. (2016). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta.
- Pangeran, P. (2012). Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Kinerja Keuangan Pengembangan Produk Baru Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *JRMB*, 7(1), 1–15.
- Porter, M. E. (2018). *Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Pradhanawarti, P., & Prabawani. (2016). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Modal Usaha Dan Peran Business Development Service Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Pada Sentra Industri Kerupuk Desa Kedungrejo Sidoarjo Jawa Timur). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(1).
- Primiana, I. (2014). *Menggerakkan Sektor Riil UKM dan Industri*. Bandung: Alfabeta.
- Soegoto, E. S. (2014). *Enterpreneurship: Menjadi Pebisnis Ulung Edisi Revisi*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.
- Solihin, I. (2016). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.: CAPS.
- Tambunan, T. (2017). *UMKM di Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Widyansah, I. (2020). Keberhasilan Usaha Ditinjau Dari Peluang Usaha Dan Pengelolaan Keuangan (Studi Kasus pada Industri Mi Soun Desa Manjung,

Kecamatan Ngawen, Kabupaten Klaten). *Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta*.

Wirawan, Y. R. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Batik di Kabupaten Jombang. *Equilibrium*, 5(1), 56–69.



LAMPIRAN



KUISONER PENELITIAN
PENGARUH PELUANG DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN
TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH
(UMKM)
STUDI KASUS MAKANAN KULINER DAERAH
KECAMATAN MEDAN BARU

Identitas Responden

Nomor Responden (Tidak perlu diisi) :

Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

Usia : 20 – 30 tahun 41 – 50 tahun
 31 – 40 tahun Di atas 51 tahun

Jenjang Pendidikan : SMA S1
 D3 S2

Lama Usaha : Kurang 1 Tahun Lebih 3 Tahun
 1 – 3 Tahun

PETUNJUK PENGISIAN KUISONER

1. Mohon member tanda ceklis (√) pada jawaban yang Bapak / Ibu / Saudara / i anggap yang paling sesuai
2. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja
3. Sesudah melakukan pengisian, mohon bapak / ibu memberikan kepada yang menyerahkan kuisoner ini pertama kali

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

No	PERNYATAAN PELUANG USAHA	Penilaian				
	Mengenali Kebutuhan Atau Keinginan Pasar	5	4	3	2	1

1.	Saya membuka usaha kuliner dikarenakan sesuai dengan kebutuhan dari masyarakat sekitar.					
2.	Saya dapat mengidentifikasi peluang bisnis berdasarkan kebutuhan konsumen di pasar					
3.	Kebutuhan dan keinginan dari pelanggan merupakan suatu hal yang penting bagi saya					
	Mengenai Tren Yang Sedang Terjadi					
4.	Saya cenderung berusaha mencari peluang bisnis dengan melihat tren yang diminati masyarakat masa kini					
5.	Saya selalu kerja keras dengan mengembangkan produk makanan sesuai dengan tren yang sedang diminati masyarakat					
6.	Saya berusaha untuk membuat makanan kekininan yang disukai oleh seluruh kalangan masyarakat					
	Mampu Berfikir Unik					
7.	Saya memiliki ide inovatif yang dapat diimplementasikan					
8.	Saya memiliki ide unik yang belum pernah dilakukan sebelumnya					
9.	Saya berusaha melakukan kreatifitas dalam menciptakan nama dalam menu makanan yang saya jual					
No	PERNYATAAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN	Penilaian				
	Kemampuan Berinovasi	5	4	3	2	1
1.	Saya merasa bersemangat saat menemukan terobosan baru bagi usaha saya					
2.	Saya dapat menerapkan ide-ide tentang usaha saya ke dalam usaha saya					
3.	Saya berusaha membuat inovasi baru dalam usaha kuliner yang sulit untuk ditiru pesaing					
	Berani Mengambil Resiko					
4.	Saya berani mengambil resiko dalam hal penempatan lokasi					
5.	Saya berani dalam hal Kemampuan mengambil resiko keuangan, apabila terjadi masalah terhadap konsumen dan saya siap menggantinya					

6.	Saya selalu antisipatif terhadap usaha yang saya jalankan agar tidak mengalami kerugian.					
Proaktif						
7.	Saya memiliki kemauan untuk mencoba hal yang baru					
8.	Saya berusaha mencari informasi untuk mengetahui ada atau tidaknya kompetitor bagi bisnis saya					
9.	Saya selalu proaktif dalam meningkatkan kinerja penjualan pada usaha yang saya jalankan.					
No	PERNYATAAN PENGEMBANGAN USAHA	Penilaian				
	Motif merubah keadaan	5	4	3	2	1
1.	Saya menumbuhkan motivasi diri, berfikir positif, memiliki komitmen untuk mengembangkan usaha					
2.	Saya menerima atau mengajukan pinjaman usaha karena saya sadar bahwa modal usaha merupakan bagian penting dalam membantu pengembangan usaha saya					
3.	Saya menerima modal pinjaman usaha yang diberikan sangat bermanfaat untuk mengembangkan usaha saya					
	Peluang untuk berkembang					
4.	Saya membaca peluang pasar untuk memperluas pemasaran melalui perputaran modal usaha					
5.	Saya melakukan evaluasi dan pengawasan usaha yang lagi dijalankan agar usaha dapat berkembang					
6.	Saya selalu mencari peluang untuk mengantisipasi terjadinya persoalan penjualan yang muncul di masa yang akan datang					
	Tingkat kebutuhan					
7.	Dengan usaha yang telah saya jalankan sekarang ini dapat memenuhi kebutuhan saya					
8.	Adanya pembinaan dari pemerintah berupa fasilitas pelatihan dan perkuatan modal sesuai dengan kebutuhan usaha dalam pengembangan usaha yang sedang dijalani					

9.	Dengan usaha yang telah saya jalankan sekarang ini dapat memenuhi pendapatan/omzet dari penjualan yang saya lakukan					
----	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--



Tabulasi Peluang

No. Responden	Jawaban Responden Mengenai Peluang									Total
1	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
10	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
13	3	5	4	4	5	5	5	5	5	41
14	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
15	4	4	4	4	5	5	5	5	5	41
16	4	4	4	5	5	5	3	3	5	38
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
19	3	2	3	2	3	2	3	3	5	26
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
21	5	4	4	4	4	4	5	5	4	39
22	5	5	4	4	5	4	4	5	5	41
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
24	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
25	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
27	3	4	4	4	3	5	4	5	4	36
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45

30	3	2	1	3	4	3	3	2	3	24
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
32	4	5	4	5	4	5	5	5	4	41
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
35	4	5	4	5	5	5	5	1	5	39
36	4	4	3	5	3	3	3	3	4	32
37	4	4	4	5	5	5	4	4	5	40
38	3	4	4	4	3	5	5	4	3	35
39	4	4	4			5	4	4	4	37
40	4	4	3			5	5	4	3	38
41	4	4	4	4	4	3	3	3	4	33
42	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
43	3	4	3	3	4	3	5	5	4	34
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
45	4	4	3	5	4	5	4	3	5	37
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
47	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
48	4	4	5	5	5	5	3	4	4	39
49	3	4	4	4	3	4	4	4	4	34
50	4	4	3	5	5	4	4	5	4	38
51	3	3	3	4	3	3	4	4	4	31
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
53	4	5	4	3	4	5	4	5	5	39
54	5	5	4	4	5	5	5	5	5	43
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
56	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
57	4	4	4	4	4	3	3	3	4	33
58	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
59	3	4	3	3	4	3	5	5	4	34
60	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
62	3	4	4	4	3	5	4	5	4	36
63	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
64	4	5	4	5	4	5	5	4	4	40

Tabulasi Orientasi Kewirausahaan

No. Responden	Jawaban Responden Mengenai Orientasi Kewirausahaan									Total
1	4	4	5	3	5	4	5	4	5	39
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
13	3	5	5	5	5	5	5	5	4	42
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
15	5	3	3	3	4	4	3	4	5	34
16	4	5	5	5	5	5	5	5	4	43
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
22	4	4	5	4	4	4	4	5	5	39
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
24	5	5	5	5	5	5	5	5	1	41
25	5	3	5	5	5	5	5	5	5	43
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
27	4	4	4	4	5	5	4	4	3	37
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45

30	1	3	3	3	2	3	2	3	3	23
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
33	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
34	5	5	5	5	5	5	5	5	3	43
35	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
36	4	4	3	3	4	3	3	4	4	32
37	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
38	3	1	3	3	4	3	4	3	2	26
39	4	4	4			4	4	4	4	36
40	4	4	5			4	5	4	5	39
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
43	3	4	3	3	4	5	3	3	1	29
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
45	5	4	5	4	3	5	5	5	3	39
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
47	4	3	4	4	4	4	4	3	3	33
48	4	4	4	3	3	4	5	3	5	35
49	4	3	4	3	3	3	3	4	3	30
50	4	4	3	3	3	5	4	4	5	35
51	3	3	2	3	2	2	1	1	4	21
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
53	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
54	5	5	5	4	5	4	5	4	4	41
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
56	4	3	3	4	4	2	4	4	3	31
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
59	3	4	3	3	4	5	3	3	3	31
60	5	3	5	5	5	5	5	5	5	43
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
62	4	4	4	4	5	5	4	4	3	37
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
64	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44

Tabulasi Pengembangan Usaha

No. Responden	Jawaban Responden Mengenai Pengembangan Usaha									Total
1	5	4	4	5	4	5	5	3	5	40
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
6	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
7	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
12	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
13	3	3	3	2	3	3	4	4	3	28
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
15	5	5	5	4	5	5	4	5	4	42
16	3	4	4	3	3	3	3	3	2	28
17	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
19	5	5	4	3	4	5	4	3	3	36
20	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
21	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
22	5	4	4	4	4	4	5	4	5	39
23	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
24	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
27	4	5	4	3	4	3	5	4	4	36
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
29	5	5	5	5	4	4	4	5	5	42

30	3	3	2	4	3	3	3	3	3	27
31	3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
32	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38
33	4	4	5	5	4	5	5	4	4	40
34	4	5	5	4	5	5	4	5	5	42
35	5	5	5	5	4	3	5	5	5	42
36	3	3	4	3	3	3	4	4	5	32
37	5	5	5	5	4	5	4	4	4	41
38	3	3	3	3	3	3	2	3	2	25
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
40	5	4	4	4	5	4	5	5	4	41
41	4	4	4	4	3	3	4	4	3	32
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
43	4	4	4	3	3	3	4	4	5	34
44	4	5	4	4	4	4	5	4	5	39
45	5	5	3	3	4	4	4	4	4	36
46	4	5	4	5	5	5	5	5	4	42
47	4	4	3	3	3	3	3	3	2	28
48	5	4	5	4	4	5	5	4	4	40
49	5	5	4	3	3	5	3	5	5	38
50	5	4	4	5	5	4	4	4	4	39
51	5	3	4	4	3	3	4	3	3	32
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
53	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
54	5	4	5	5	5	4	5	4	5	42
55	4	5	4	5	5	5	5	5	4	42
56	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34
57	4	4	4	3	3	3	4	4	3	32
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
59	4	4	4	3	3	3	4	4	5	34
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
62	4	5	4	3	4	3	5	4	4	36
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45

UJI VALIDITAS DATA

Correlations

	a1	a2	a3	a4	a5	a6	a7	a8	a9	ttl
a1 Pearson Correlation	1	.757**	.762**	.637**	.777**	.586**	.578**	.518**	.590**	.841**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
a2 Pearson Correlation	.757**	1	.837**	.690**	.734**	.778**	.777**	.654**	.635**	.932**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
a3 Pearson Correlation	.762**	.837**	1	.628**	.656**	.715**	.624**	.633**	.618**	.883**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
a4 Pearson Correlation	.637**	.690**	.628**	1	.650**	.705**	.497**	.329**	.417**	.750**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.008	.001	.000
N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
a5 Pearson Correlation	.777**	.734**	.656**	.650**	1	.660**	.623**	.483**	.651**	.841**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
a6 Pearson Correlation	.586**	.778**	.715**	.705**	.660**	1	.671**	.531**	.513**	.838**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
a7 Pearson Correlation	.578**	.777**	.624**	.497**	.623**	.671**	1	.702**	.484**	.812**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
a8 Pearson Correlation	.518**	.654**	.633**	.329**	.483**	.531**	.702**	1	.465**	.736**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.008	.000	.000	.000		.000	.000
N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
a9 Pearson Correlation	.590**	.635**	.618**	.417**	.651**	.513**	.484**	.465**	1	.721**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000
N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
ttl Pearson Correlation	.841**	.932**	.883**	.750**	.841**	.838**	.812**	.736**	.721**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64

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

(X₂)

		Correlations									
		b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8	b9	ttl
b1	Pearson Correlation	1	.635**	.747**	.739**	.717**	.641**	.765**	.762**	.566**	.850**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
b2	Pearson Correlation	.635**	1	.734**	.744**	.661**	.727**	.667**	.704**	.495**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
b3	Pearson Correlation	.747**	.734**	1	.866**	.788**	.756**	.916**	.876**	.561**	.936**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
b4	Pearson Correlation	.739**	.744**	.866**	1	.814**	.740**	.812**	.856**	.522**	.915**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
b5	Pearson Correlation	.717**	.661**	.788**	.814**	1	.750**	.805**	.782**	.421**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.001	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
b6	Pearson Correlation	.641**	.727**	.756**	.740**	.750**	1	.752**	.751**	.405**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
b7	Pearson Correlation	.765**	.667**	.916**	.812**	.805**	.752**	1	.843**	.526**	.915**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
b8	Pearson Correlation	.762**	.704**	.876**	.856**	.782**	.751**	.843**	1	.535**	.918**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
b9	Pearson Correlation	.566**	.495**	.561**	.522**	.421**	.405**	.526**	.535**	1	.667**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.001	.000	.000		.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
ttl	Pearson Correlation	.850**	.823**	.936**	.915**	.866**	.839**	.915**	.918**	.667**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64

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

(V)

		Correlations									
		c1	c2	c3	c4	c5	c6	c7	c8	c9	ttl
c1	Pearson Correlation	1	.727**	.770**	.704**	.724**	.718**	.677**	.637**	.563**	.844**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
c2	Pearson Correlation	.727**	1	.713**	.598**	.744**	.735**	.655**	.758**	.536**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
c3	Pearson Correlation	.770**	.713**	1	.754**	.782**	.721**	.749**	.785**	.621**	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
c4	Pearson Correlation	.704**	.598**	.754**	1	.839**	.753**	.700**	.666**	.569**	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
c5	Pearson Correlation	.724**	.744**	.782**	.839**	1	.812**	.774**	.792**	.570**	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
c6	Pearson Correlation	.718**	.735**	.721**	.753**	.812**	1	.617**	.680**	.521**	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
c7	Pearson Correlation	.677**	.655**	.749**	.700**	.774**	.617**	1	.679**	.659**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
c8	Pearson Correlation	.637**	.758**	.785**	.666**	.792**	.680**	.679**	1	.677**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
c9	Pearson Correlation	.563**	.536**	.621**	.569**	.570**	.521**	.659**	.677**	1	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
ttl	Pearson Correlation	.844**	.836**	.895**	.863**	.917**	.857**	.847**	.867**	.752**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64

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

TAHAP UJI REABILITAS DATA

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.937	9

(X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.953	9

(Y)

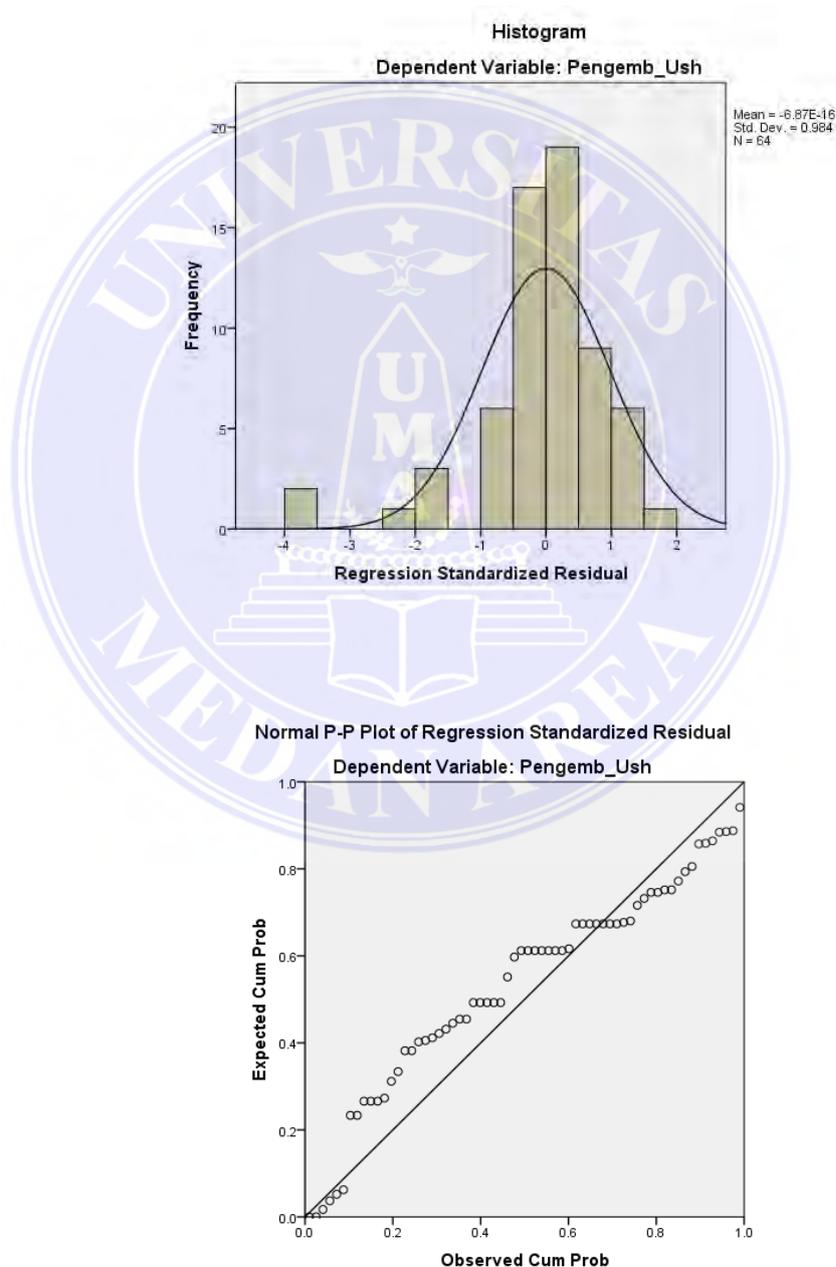
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.951	9

HASIL OLAHAN DATA SPSS

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data





UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas : ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 645/FEB/A/02.2/B/ VIII /2023
Lamp :
Perihal : Izin Research

07 Agustus 2023

Kepada Yth,
Brida Kota Medan

Dengan hormat,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara saudari , Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :

N a m a : NOVI RAMADHANI
NPM : 198320145
Judul : Pengaruh Peluang Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru
Program Studi : Manajemen

Untuk mengeluarkan surat izin research dari Fakultas yang sedang Bapak / Ibu Pimpin. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi/ Perusahaan Bapak /Ibu pimpin.

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bidang Inovasi,
Kemahasiswaan Dan Alumni

Rana Fatimah Ahanda , SE. M.Si

Tembusan :

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Pertiinggal



PEMERINTAH KOTA MEDAN BADAN RISET DAN INOVASI DAERAH

Jalan Jenderal Besar A. H. Nasution Nomor 32 Medan Kode Pos 20143
Telp. (061) 7873439 Fax. (061) 7873314
E-mail : brida@pembkmedan.go.id Website : www.brida.pembkmedan.go.id

SURAT KETERANGAN RISET

Nomor : 000.9/1296

DASAR	: 1. Peraturan Daerah Kota Medan Nomor : 8 Tahun 2022, tanggal 30 Desember 2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 15 Tahun 2016 Tentang Pembentukan Perangkat Daerah Kota Medan. 2. Peraturan Walikota Medan Nomor : 97 Tahun 2022, tanggal 30 Desember 2022 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, dan Tata Kerja Perangkat Daerah Kota Medan.
MENIMBANG	: Surat dari Wakil Dekan Bidang Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area Nomor 620/FEB/A/02.2/VII/2023 Tanggal 13 Juli 2023 Perihal Permohonan Izin Riset.
NAMA	: Novi Ramadhani
NIM	: 198320145
JURUSAN	: Manajemen
LOKASI	: Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Medan
JUDUL	: "Pengaruh Peluang dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru"
LAMANYA	: 1 (satu) bulan
PENANGGUNG JAWAB	: Wakil Dekan Bidang Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area

Melakukan Riset, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum melakukan Riset terlebih dahulu harus melapor kepada pimpinan Perangkat Daerah lokasi yang ditetapkan.
2. Mematuhi peraturan dan ketentuan yang berlaku di lokasi Riset.
3. Tidak dibenarkan melakukan Riset atau aktivitas lain di luar lokasi yang telah ditetapkan.
4. Hasil Riset diserahkan kepada Kepala Badan Riset dan Inovasi Daerah Kota Medan selambat lambatnya 2 (dua) bulan setelah Riset dalam bentuk *softcopy* atau melalui Email (brida@pembkmedan.go.id).
5. Surat keterangan Riset dinyatakan batal apabila pemegang surat keterangan tidak mengindahkan ketentuan atau peraturan yang berlaku pada Pemerintah Kota Medan.
6. Surat keterangan Riset ini berlaku sejak tanggal dikeluarkan.

Demikian Surat ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Medan
Pada Tanggal : 17 Juli 2023

Ditandatangani secara elektronik oleh :
KEPALA BADAN RISET DAN INOVASI DAERAH
KOTA MEDAN,



MANSURSYAH, S, Sos, M. AP
Pembina Tk. I (V/b)
NIP 196805091989091001

Tembusan :

1. Wali Kota Medan (sebagai Laporan).
2. Kepala Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Medan.
3. Wakil Dekan Bidang Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
4. Arsip.



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik, menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSR-E.
- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Tetapan Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah".



PEMERINTAH KOTA MEDAN
DINAS KOPERASI USAHA KECIL MENENGAH
PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN

Jl. Jend. Gatot Subroto Km.7,7 Telp. 061 – 8446005 Fax. 061 – 8446005
Email : diskopukmperindag@pemkomedan.go.id Website : www.diskopukmperindagpemkomedan.go.id
Medan – 20126

SURAT KETERANGAN

NOMOR : 000.9/3494

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Benny Iskandar Nasution, AP, M.AP**
NIP : **19761012 199603 1 002**
Pangkat/Golongan : **Pembina Tk. I (IV/b)**
Jabatan : **Kepala Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah,
Perindustrian dan Perdagangan Kota Medan**

Dengan ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : **Novi Ramadhani**
Jurusan : **Manajemen**
Judul : **Pengaruh Peluang dan Orientasi Kewirausahaan
Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil
Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner
Daerah kecamatan Medan Baru**
Institusi : **Universitas Medan Area**

Adalah benar telah melaksanakan Penelitian Pada Dinas Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah, Perindustrian dan Perdagangan Kota Medan. Berdasarkan Surat Keterangan Riset dari Badan Riset dan Inovasi Daerah Kota Medan Nomor 000.9/1296 Tanggal 17 Juli 2023 dan diharapkan kepada mahasiswa tersebut agar memberikan laporan dalam bentuk Skripsi yang telah disahkan oleh Pihak Institusi.

Demikian Surat keterangan ini diperbuat dengan sesungguhnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 02 AUG 2023

**KEPALA DINAS KOPERASI USAHA KECIL
MENENGAH, PERINDUSTRIAN DAN
PERDAGANGAN KOTA MEDAN**



BENNY ISKANDAR NASUTION, AP, M.AP
PEMBINA-TK.I
NIP.19761012 199603 1 002