

**PENGARUH KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN DAN
KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KEBERHASILAN USAHA
RUMAH MAKAN MUSLIM KHAIRUNNISA PARAPAT**

SKRIPSI

OLEH :

**ANDRI GUNA RAMADHAN
16.832.0183**



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

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 25/3/24

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)25/3/24

**PENGARUH KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN DAN
KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KEBERHASILAN USAHA
RUMAH MAKAN MUSLIM KHAIRUNNISA PARAPAT**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Medan Area



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

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : *“Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Keunggulan bersaing terhadap Keberhasilan Usaha Rumah Makan Muslim Khairunnisa”*

Nama : Andri Guna Ramadhan

NPM : 168320183

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh

Komisi Pembimbing

Pembanding

Dr. Adelina Iubis SE M.Msi

H. Syahriandy, SE, M.Si

Pembimbing

Pembanding

Mengetahui



Ahmad Rafiki, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA

Nindya Yunita, S.Pd, M.Si

Dekan

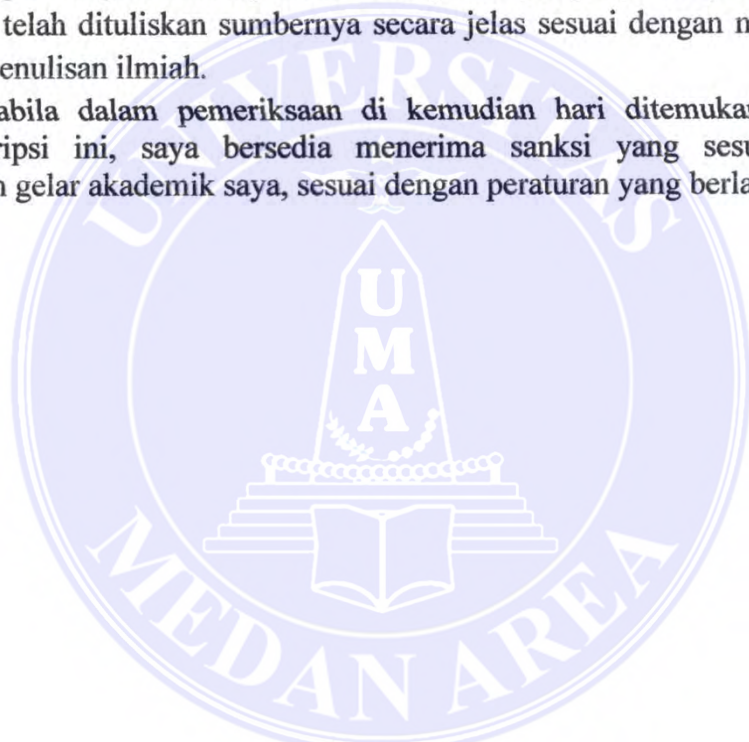
Ka. Prodi Manajemen

Tanggal Lulus : 8 September 2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul “***Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Keunggulan bersaing terhadap Keberhasilan Usaha Rumah Makan Muslim Khairunnisa***”, selaku ketentuan mendapatkan gelar sarjana yang dimana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian 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.

Apabila dalam pemeriksaan di kemudian hari ditemukan plagiarisme dalam skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi yang sesuai, termasuk pencabutan gelar akademik saya, sesuai dengan peraturan yang berlaku.



Medan, 03 Mei 2023



Andri Guna Ramadhan
168320183

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andri Guna Ramadhan
NPM : 168320183
Program Studi : Manajeen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Tugas Akhir/Proposal

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : Analisis pengaruh label halal, citra merek dan *online customer review* terhadap minat beli kosmetik merek Sariayu (studi pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara Medan).

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada Tanggal : 03 Mei 2023
Yang Menyatakan



Andri Guna Ramadhan
168320183



RIWAYAT HIDUP

Nama	Andri guna ramadhan
NPM	168320183
Tempat, Tanggal Lahir	PARAPAT 10 januari 1999
Nama Orang Tua :	
Ayah	Junaidi
Ibu	Siti Mardiana
Riwayat Pendidikan :	
SMP	SMP N.1 PARAPAT
SMA/SMK	SMA N.1 PARAPAT
Riwayat Studi di UMA	
NO. HP/WA	082162148320
Email	Andriguna8@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha Rumah Makan Muslim Khairunnisa Parapat. Jenis penelitian ini adalah asosiatif yaitu suatu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel yang teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner.

Pengumpulan data dalam pengambilan ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala likert. Sampel dalam penelitian sebanyak 100 responden Metode yang digunakan dalam pengambilan data adalah tehnik *non-probability* sampling analisisnya menggunakan analisis linear berganda dengan bantuan program SPSS 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diantara dua dimensi Karakteristik Kewirausahaan Dan Keunggulan Bersaing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha . Nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh sebesar 0,759. Angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 75,9% karakteristik kewirausahaan dan keunggulan bersaing berpengaruh terhadap keberhasilan usaha Sisanya sebesar 24,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Karakteristik Kewirausahaan, Keunggulan Bersaing, Keberhasilan Usaha

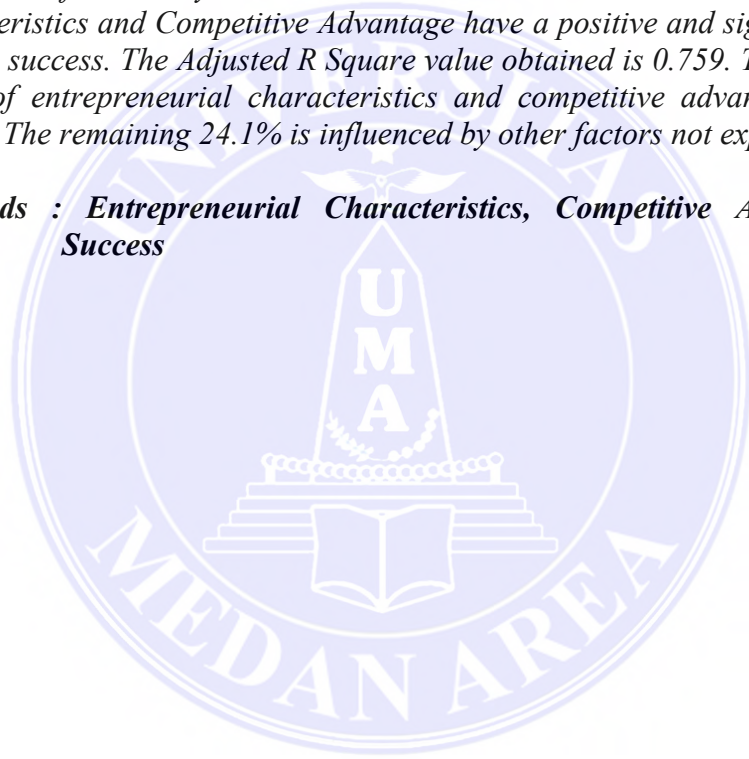
ABSTRACT

This research was conducted with the aim of determining the Influence of Entrepreneurial Characteristics and Competitive Advantage on the Success of the Khairunnisa Parapat Muslim Restaurant Business. This type of research is associative, namely a study that asks the relationship between two variables whose data collection techniques use questionnaires.

Data collection in this collection was carried out through the distribution of questionnaires using a likert scale. The sample in the study was 100 respondents The method used in data collection was a non-probability sampling technique using multiple linear analysis with the help of the SPSS 22 program.

The results of this study indicate that between the two dimensions of Entrepreneurial Characteristics and Competitive Advantage have a positive and significant influence on business success. The Adjusted R Square value obtained is 0.759. This figure shows that 75.9% of entrepreneurial characteristics and competitive advantage affect business success. The remaining 24.1% is influenced by other factors not explained in this study..

Keywords : Entrepreneurial Characteristics, Competitive Advantage, Business Success



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha Rumah Makan Muslim Khairunnisa Parapat”** Adapun penyusunan skripsi ini penulis menyusun dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Medan Area

Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan waktu, pengetahuan, dan biaya sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin berhasil dengan baik. Oleh karena itu, Pada Kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang telah memberikan banyak dukungan yang luar biasa setiap harinya, dalam bentuk do'a maupun materi dalam membantu penyusunan skripsi ini dan dalam studi yang saya tempuh. kemudian tidaklah berlebihan apabila penulis menghaturkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Kedua orang tua saya atas dukungan, perhatian, kasih sayang yang tidak ada batasnya sampai saat ini dan doa yang tidak ternilai harganya demi kelancaran dan keberhasilan penulis dalam menyusun skripsi ini. Semoga penulis dapat selalu memberikan yang terbaik untuk kedua orang tua tercinta.
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M. Eng, M. Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Ahmad Rafiki, BBA (Hons), MMgt Ph, D, CIMA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area
4. Ibu Nindya Yunita S.pd, M,si Selalu Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area
5. Dra. Isnaniah LKS.MMA selaku Dosen Pembimbing yang telah Meluangkan Waktunya membimbing Penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam menyelesaikan Skripsi

6. Bapak H. Syariandy SE. Msi selaku Dosen Pembimbing yang telah Meluangkan Waktunya masukan-masukan yang berharga dalam menyelesaikan Skripsi
7. Seluruh Dosen Universitas Medan Area yang selama ini telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
8. Seluruh Pegawai yang telah membantu mempermudah proses pengurusan administrasi Universitas Medan Area.
9. Semua teman-teman stambuk 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang memberikan dukungan dan motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, walaupun demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.

Medan, Januari 2023

Penulis



Andri Guna Ramadhan

16.832.0183

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2.Rumusan Masalah	5
1.3.Tujuan Penelitian.....	5
1.4.Manfaat Penelitian.....	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1.Karakteristik Kewirausahaan	
2.1.1. Pengertian Kewirausahaan	7
2.1.2. Pengertian Karakteristik Kewirausahaan	9
2.1.3. Indikator Karakteristik Kewirausahaan.....	11
2.2.Keunggulan Bersaing	
2.2.1.Pengertian Keunggulan Bersaing	14
2.2.2.Faktor-faktor Keunggulan Bersaing	17
2.2.3.Indikator Keunggulan Bersaing.....	17
2.3.Keberhasilan Usaha	
2.3.1. Pengertian Keberhasilan Usaha	19
2.3.2. Faktor yang mempengaruhi Keberhasilan Usaha.	21
2.3.3. Indikator Keberhasilan Usaha	24
2.4.Penelitian Terdahulu.....	25
2.5.Kerangka Konseptual	26
2.6.Hipotesis	27
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1.Jenis, Lokasi, Dan Waktu Penelitian	28
3.2.Populasi dan Sampel	29
3.3.Defenisi Operasional	30
3.4.Jenis dan Sumber Data	31
3.5.Teknik Pengumpulan Data	31
3.6.Teknik Analisis Data	33

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Pembahasan.....	37
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	37
4.1.2. Penyajian Data Responden	37
4.1.3. Penyajian Data Angket Responden	38
4.2. Hasil Penelitian.....	41
4.2.1. Uji Validitas dan Reabilitas	42
4.2.2. Uji Asumsi Klasik	45
4.2.3. Uji Statistik	49
4.2.4. Uji Hipotesis	50
4.2.5. Koefisien Determinasi	52
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	52

BAB V. KESIMPULAN & SARAN

5.1. Kesimpulan	56
5.2. Saran	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No. Tabel		Halaman
Tabel 2. 1	Ringkasan Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1	Rincian Waktu Penelitian	28
Tabel 3. 2	Operasional variabel	30
Tabel 4. 1	Jenis Kelamin Responden.....	38
Tabel 4. 2	Usia Responden	38
Tabel 4. 3	Tabulasi Data Responden Variabel Koordinasi (X1)	39
Tabel 4. 4	Tabulasi Data Responden Variabel Pengawasan (X2)	41
Tabel 4. 5	Tabulasi Data Responden Variabel Kinerja (Y).	42
Tabel 4. 6	Estimasi Uji Validitas	43
Tabel 4. 7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, dan Y	44
Tabel 4. 8	Uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 4. 9	Analisis Linear Berganda	49
Tabel 4. 10	Uji Parsial (Uji t)	50
Tabel 4. 11	Uji Simultan (Uji F).....	51
Tabel 4. 12	Koefisien Determinasi	52

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar		Halaman
Gambar 2. 1	Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 4. 1	Histogram	45
Gambar 4. 2	Normal <i>Probability Plot</i>	46
Gambar 4. 3	Grafik <i>scatterplot</i>	48



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan dunia industri, pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah mengalami perubahan yang cukup signifikan. Produk dan jasa yang dihasilkan semakin beragam dan memiliki nilai jual yang baik di pasar. UMKM ini dipercaya menjadi salah satu cara yang bisa membawa perubahan terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat dalam usaha mencapai tingkat kelayakan kesejahteraan hidup yang memadai. Upaya proaktif dari kemandirian masyarakat seperti ini diharapkan bisa mengurangi jumlah di angka pengangguran yang dihadapkan pada fakta keterbatasan lapangan pekerjaan berbanding dengan bertambahnya tenaga kerja yang belum terserap dengan sempurna

Keberhasilan, yaitu usaha kecil berhasil karena wirausaha memiliki otak yang cerdas, yaitu kreatif, mengikuti perkembangan teknologi dan dapat menerapkan secara proaktif. Mereka juga memiliki energi yang melimpah serta dorongan dan kemampuan asertif. Suatu bisnis dikatakan berhasil apabila mendapatkan laba, walaupun laba bukan merupakan satu-satunya aspek yang dinilai dari keberhasilan sebuah usaha, tetapi alasan laba menjadi faktor yang penting adalah karena laba merupakan tujuan dari orang yang melakukan bisnis. Noor (2017) mengemukakan keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya. Keberhasilan usaha dapat diindikasikan dalam lima hal yaitu jumlah penjualan meningkat, hasil produksi meningkat, keuntungan atau profit bertambah, perkembangan dan pertumbuhan

usaha berkembang cepat dan memuaskan. Ukuran keberhasilan usaha yaitu mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan, semakin banyak pelanggan yang menerima produk atau jasa yang ditawarkan, maka mereka semakin puas, dan ini berarti strategi yang dijalankan sudah cukup berhasil. Ukuran mampu meraih pelanggan sebanyak mungkin hanya merupakan salah satu ukuran bahwa strategi yang dijalankan sudah cukup baik. Masih ada lagi ukuran lainnya, misalnya tingkat laba yang diperoleh dan lain sebagainya. Keberhasilan usaha, yaitu usaha kecil berhasil karena wirausaha memiliki otak yang cerdas, yaitu kreatif, mengikuti perkembangan teknologi dan dapat menerapkan secara proaktif. Mereka juga memiliki energi yang melimpah serta dorongan dan kemampuan asertif. Suatu bisnis dikatakan berhasil apabila mendapatkan laba, walaupun laba bukan merupakan satu-satunya aspek yang dinilai dari keberhasilan sebuah usaha, tetapi alasan laba menjadi faktor yang penting adalah karena laba merupakan tujuan dari orang yang melakukan bisnis.

Salah satu yang mempengaruhi keberhasilan usaha adalah karakteristik wirausaha meliputi percaya diri yang kuat, berorientasikan tugas dan hasil, pengambil risiko, kepemimpinan, keorisinilan dan berorientasi ke masa depan. Sedangkan menurut Kasmir modal usaha dapat diperoleh dari dua sumber yaitu modal sendiri, dan modal pinjaman dari luar yaitu dari lembaga-lembaga kredit. Dan menurut Zimmerer dan Acarough dalam buku pengantar kewirausahaan dan manajemen bisnis kecil mengungkapkan “perlunya penetapan strategi pemasaran pada tiga hal yaitu pada penetrasi pasar, mengembangkan pasar, dan mengembangkan produk”. Pertumbuhan ekonomi merupakan suatu hal yang

selalu diharapkan oleh negara berkembang seperti Indonesia. Pertumbuhan ekonomi juga merupakan suatu tolak ukur keberhasilan pembangunan ekonomi suatu negara. Industri kecil di Indonesia merupakan suatu komponen yang berperan sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi dan pembangunan nasional. Adanya suatu kegiatan ekonomi yang memiliki hakikat penting dalam menciptakan pemerataan ekonomi dan kesejahteraan rakyat, industri kecil sangat diharapkan terus keberadaannya dan harus terus ditingkatkan

Selain itu faktor keunggulan bersaing (*Competitive Advantage*) adalah keyakinan seorang individu mengenai kemampuannya dalam mengorganisasi dan menyelesaikan suatu tugas yang diperlukan untuk mencapai hasil tertentu dalam berbagai bentuk dan tingkat kesulitan. Karakter Pengusaha terlihat pada keyakinan bahwa seseorang bisa menguasai situasi dan mendapatkan hasil positif seseorang bahwa dia memiliki kemampuan, motivasi dan sumber daya untuk menyelesaikan suatu tugas dengan berhasil (McShane & Glinow, 2015). Kunci untuk bisnis sukses, bagaimanapun, adalah untuk mengembangkan keunggulan kompetitif yang unik yang menciptakan nilai untuk pelanggan dan sulit untuk menduplikasi (Scarborough, 2011). Sebuah keunggulan bersaing mengacu pada faktor pembeda yang mendorong pelanggan untuk membeli dari bisnis yang spesifik dan bukan dari pesaing mereka. Keunggulan bersaing dari bisnis dapat dianggap sebagai "cara yang unik dan lebih baik di mana peluang menguntungkan dapat diidentifikasi dan dipertahankan melalui kreatif dan perencanaan berkelanjutan". Keunggulan bersaing berkaitan dengan cara bagaimana perusahaan memilih dan benar-benar dapat melaksanakan strategi generik ke

dalam praktik Keberhasilan usaha adalah tujuan utama dari sebuah perusahaan atau bisnis yang segala aktivitas di dalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan atau kesuksesan.

Penelitian ini dilakukan pada Usaha Rumah Makan Muslim Khairunnisa Parapat Fenomena yang terjadi pada pelaku usaha Rumah Makan Muslim Khairunnisa Parapat ialah pada umumnya sebagian besar usaha tersebut tidak optimis pada usahanya, hal ini dapat dilihat dari banyaknya usaha rumah makan yang selalu tidak percaya diri di dalam bersaing. seringkali mereka menganggap bahwa dirinya tidak mampu untuk bersaing dengan perusahaan lainnya. padahal jika dilihat dari produk yang mereka hasilkan, sebenarnya usaha Rumah Makan Muslim Khairunnisa Parapat tersebut memiliki potensi yang besar untuk dapat lebih maju lagi. selain itu, pelaku usaha Rumah Makan Muslim Khairunnisa Parapat tersebut cenderung takut untuk mengambil risiko di dalam usahanya seperti pengakuan dari ibu umayyah salah satu pemilik usaha Rumah Makan Muslim ini mengatakan bahwa jika ada konsumen yang ingin membeli produk yang siap saji harus memesannya terlebih dahulu dan harus menunggu, tentunya hal ini akan memerlukan banyak waktu lagi. hal ini berlandaskan ketakutan dalam hal terjadinya produk tidak laku, produk mengalami kerusakan, atau bahkan mengalami kerugian.

Hasil prasurvey pada keberhasilan berwusaha, 60% pelaku usaha tidak memiliki kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dalam usahanya. Hal ini mengindikasikan bahwa pelaku usaha mengalami volume penjualan yang tidak selalu naik. Di dukung pula dengan tidak adanya keinginan dalam hal

pembelajaran berwirausaha untuk mencapai keberhasilan menunjukkan pelaku UMKM memiliki pengetahuan yang minim dalam mengembangkan suatu ide pada produk usahanya sehingga membuat produk terkesan tidak memiliki nilai tambah dibandingkan dengan produk dari pelaku UMKM yang lain. Kurangnya wawasan ataupun kemampuan yang dimiliki pelaku usaha dapat menurunkan penghasilan. Tidak tanggap dalam memanfaatkan peluang, relasi yang kurang, dan tidak merespon lingkungan yang selalu berubah juga dapat berdampak pada usahanya

Beberapa penelitian terdahulu menyebutkan bahwa karakteristik kewirausahaan dan keunggulan bersaing memiliki peran dalam keberhasilan usaha UMKM. Syabus, S, & Sumarno (2015), melakukan penelitian mengenai Karakteristik Kewirausahaan dan Keunggulan bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha Pengusaha Reklame di Jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru menyatakan bahwa karakteristik wirausaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM. Supranoto (2019), yang telah melakukan penelitian mengenai keunggulan bersaing terhadap keberhasilan berwirausaha juga mengemukakan bahwa keunggulan bersaing memiliki pengaruh terhadap keberhasilan berwirausaha. Hasil penelitian yang sama, ditunjukkan oleh Muzaki (2016), menemukan bahwa karakteristik kewirausahaan dan keunggulan bersaing memiliki pengaruh terhadap keberhasilan berwirausaha. Berdasarkan fenomena dan dukungan dari penelitian terdahulu maka penelitian berfokus pada Kajian Empiris: Karakteristik Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing terhadap

Keberhasilan Berwirausaha pada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Perbaungan Serdang Bedagai-Sumatera Utara.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha Rumah Makan Muslim Khairunnisa Parapat”**.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah karakteristik kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan Usaha Rumah Makan Muslim Khairunnisa Parapat?
2. Apakah keunggulan bersaing berpengaruh terhadap keberhasilan Usaha Rumah Makan Muslim Khairunnisa Parapat?
3. Apakah karakteristik kewirausahaan dan keunggulan bersaing secara simultan berpengaruh terhadap keberhasilan Usaha Rumah Makan Muslim Khairunnisa Parapat?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah karakteristik kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan Usaha Rumah Makan Muslim Khairunnisa Parapat.
2. Untuk mengetahui apakah keunggulan bersaing berpengaruh terhadap keberhasilan Usaha Rumah Makan Muslim Khairunnisa Parapat

3. Untuk mengetahui apakah karakteristik kewirausahaan dan keunggulan bersaing secara simultan berpengaruh terhadap keberhasilan Usaha Rumah Makan Muslim Khairunnisa Parapat.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Untuk memperdalam pengetahuan dan menambah wawasan penulis dibidang manajemen, khususnya pengaruh karakteristik kewirausahaan dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha
2. Bagi pihak Usaha Rumah Makan Muslim Khairunnisa Parapat sebagai bahan masukan dan bahan pertimbangan untuk meningkatkan karakteristik kewirausahaan dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha.
3. Sebagai peneliti baru ataupun calon peneliti yang berminat dalam penelitian sejenis sebagai bahan masukan dan pembanding atas penelitian yang akan dilakukannya nanti.
4. Bagi akademis, sebagai bahan referensi bagi pihak – pihak yang akan melakukan penelitian dengan judul yang sama.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Karakteristik Kewirausahaan

2.1.1. Pengertian Kewirausahaan

Secara etimologi, kewirausahaan berasal dari kata wira dan usaha. Kata wira berarti pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani dan berwatak agung. Dan usaha adalah perbuatan amal, bekerja, dan berbuat sesuatu. Secara terminologi kewirausahaan yaitu sebagaimana argumen oleh Taufik Baharuddin seorang konsultan manajemen dalam ruang lingkup manajemen sumberdaya manusia dan pengajar di fakultas Ekonomi Universitas Indonesia bahwa wirausaha yaitu, kemampuan untuk menciptakan, mencari, memanfaatkan peluang untuk menuju apa yang ingin dicapai sesuai dengan yang di idealkan. Menurut Wirakusumo (dalam Alifuddin & Razak, 2015) kewirausahaan merupakan terjemahan dari kata entrepreneurship yang diartikan sebagai *the backbone economy* (syarat pusat perekonomian) atau sebagai *tailbone economy* (pengendali perekonomian suatu bangsa). Kewirausahaan merupakan gabungan kreativitas, inovasi, dan keberanian menghadapi risiko, yang dilakukan dengan kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru (Alifuddin & Razak, 2015). Secara epistemology, hakikat kewirausahaan merupakan nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha atau proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru dan berbeda

Menurut Meredith (2015) menyatakan bahwa wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan usaha

mengumpulkan serta sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan daripadanya, dan mengambil tindakan yang tepat guna memastikan kesuksesan. Sedangkan, menurut Inpres No. 4 tahun 1995 tentang gerakan nasional memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan, menjelaskan bahwa arti kewirausahaan adalah semangat sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah kepada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan/atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.¹⁶ Jadi wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemauan dan semangat untuk maju, Dengan memanfaatkan dan menangkap peluang yang ada dan disertai dengan usaha guna memperoleh laba

Menurut Zimmerer & Norman (2012), kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan upaya memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari (*applying creativity and innovation to solve the problems and exploit opportunities that people face everyday*). Menurut Daryanto (2012), kewirausahaan adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang dengan berbagai risiko yang mungkin dihadapinya. Dalam bidang tertentu, kewirausahaan telah menjadi kompetensi inti guna menciptakan perubahan, pembaruan, dan kemajuan. Kewirausahaan tidak hanya dapat digunakan sebagai kiat bisnis jangka pendek, tetapi juga sebagai kiat kehidupan secara umum dalam jangka panjang

2.1.2. Pengertian Karakteristik Kewirausahaan

Menurut Leonardus Saiman (2014) Akar kata karakter dapat dilacak dari kata latin kharakter, kharassein dan kharax, yang maknanya tools for marking, to engrave, dan pointed stake. Kata ini mulai banyak digunakan (kembali) dalam bahasa perancis caractere pada abad ke-14 dan kemudian masuk dalam bahasa inggris menjadi character, sebelum akhirnya menjadi bahasa Indonesia karakter. Karakter mengandung pengertian (1) suatu kualitas positif yang dimiliki seseorang, sehingga membuatnya ,emarik dan atraktif, (2) reputasi seseorang dan (3) seseorang yang memiliki kepribadian yang eksentrik.¹⁸ Jadi Karakteristik wirausaha dapat didefinisikan sebagai hal yang berhubungan dengan ciri khas, perilaku, watak, tabiat, sikap, serta tindakan seseorang untuk mewujudkan gagasan Inovatif ke dalam dunia usaha dan sikap dan tindakan seseorang wirausahawan dalam kesehariannya.

Kata karakter berasal dari bahasa latin kharakter, kharassein, dan kharax yang maknanya adalah alat untuk menandai, untuk mengukir. Karakter dapat diartikan sebagai tabiat, watak, sifat-sifat kejiwaan yang membedakan seseorang dengan orang lain. Menurut Suryana & Bayu (2013), karakter wirausaha merupakan tabiat, watak, sifat-sifat kejiwaan, akhlak, atau budi pekerti yang membedakan seseorang dari yang lain, dengan mempunyai indikator karakter kewirausahaan yaitu :realilistis, detail. Percaya diri, setia. Berdedikasi, tahan uji, kreatif dan tanggap menghadapi perubahan, siap menghadapi resiko, mempunyai jiwa kepemimpinan. Karakter kewirausahaan harus dibangun sehingga berbentuk unik, menarik dan berbeda. Proses membangun karakter ini

memerlukan disiplin yang tinggi karena tidak pernah mudah dan seketika, diperlukan refleksi mendalam untuk membuat rentetan moralchoice (keputusan moral) dan ditindaklanjuti dengan aksi nyata sehingga menjadi praktis, refleksi, dan praktik. Diperlukan sejumlah waktu untuk membuat semua itu menjadi kebiasaan dan membentuk watak atau tabiat seseorang.pentingnya karakter dalam kewirausahaan menjadi fondasi bagi kecerdasan dan pengetahuan (brains and learning) seorang wirausaha.Sebab kecerdasan dan pengetahuan dapat memiliki nilai jual yang baik jika dapat dimanfaatkan dengan baik.

Menurut Meredith(2015), seorang ahli bidang wirausaha, mengungkapkan bahwa adan enam watak umum seorang wirausahawan, antara lain:

- a. Mempunyai kepercayaan diri yang tinggi Kepercayaan diri sangat dominan dalam watak seorang wirausahawan. Watak ini terdiri atas sifat mandiri, individualis, optimis, dan dinamis. Kepercayaan diri yang kuat ini yang menjadi penggerak wirausahawan untuk meraih peluang mengonseptkan ide, atau merangkul pasar
- b. Memiliki orientasi yang terukur Watak ini menggambarkan pemetaan berpikir yang rapid an logis. Baik orientasinya proses atau hasil, watak ini akan membuatnya tidak plin-plan dalam menentukan arah wirausahanya. Watak ini ditandai dengan sikap teguh, tekun, determinative, penuh semangat, dan penuh inisiatif.
- c. Kesiapan untuk mengambil risiko Watak ini dilandasi oleh sifat wirausahawan yang menyukai tantangan. Setiap orang berbeda dalam memandang risiko. Ada yang berani mengambil risiko, biasa saja

terhadap risiko dan ada yang takut terhadap risiko. Namun, keseimbangan komposisi ketiga orang ini justru akan membentuk perencanaan yang lebih matang dalam menghadapi risiko, sehingga usaha dapat terselamatkan dan berjalan lebih baik.

- d. Mempunyai jiwa kepemimpinan Watak ini berorientasi pada sikap sosial yang unggul, terdiri atas suka bergaul, fleksibel, dan adaptif terhadap saran/kritik. setiap orang adalah pemimpin dan setiap pemimpin akan dimintai pertanggungjawaban, seorang pemimpin dalam dunia bisnis harus mampu menumbuhkan kepercayaan masyarakat atas barang/jasa yang ia tawarkan. Ia juga harus mampu mengkomunikasikannya melalui bahan yang diterima konsumen.
- e. Orisinal Watak ini berlandaskan atas sifat inovatif, kreatif, adaptif terhadap masalah baru, inisiatif, serta berwawasan luas. Orisinalitas diperlukan untuk menjamin bahwa karya yang dibuat bukan sekadar jiplakan tanpa nilai lebih. Kesuksesan pelopor pasti akan lebih daripada yang berusaha untuk meniru produk lain
- f. Visioner Watak ini terdiri atas sifat yang selalu berpandangan jauh ke depan dan cerdas dalam persepsi. Wirausahawan harus mampu meneropong perkembangan zaman di masa yang akan datang agar terus dapat eksis dan berkembang kemajuan teknologi bukanlah tantangan, tetapi peluang untuk bekarya yang lebih sesuai bagi konsumen.

2.1.3. Indikator Karakteristik Kewirausahaan

Menurut Sukardi (dalam Alifuddin & Razak, 2015), mengidentifikasi sembilan indikator karakteristik wirausahawan yang paling sering ditemukan, diantaranya:

a. . Sifat Instrumen

Seorang wirausahawan dalam berbagai situasi selalu dapat memanfaatkan segala sesuatu dalam lingkungannya demi tercapainya tujuan pribadi dalam berusaha.

b. Sifat Prestatif

Dalam berbagai situasi selalu tampil lebih baik, lebih efektif dibandingkan dengan hasil yang tercapai sebelumnya.

c. Sifat Keluwesan Bergaul

Selalu berusaha untuk cepat menyesuaikan diri dalam berbagai situasi hubungan antar manusia, aktif bergaul, membina kenalan-kenalannya dan mencari kenalan baru, serta berusaha untuk dapat terlibat dengan mereka yang ditemui dalam kegiatan sehari – hari.

d. Sifat Kerja Keras

Selalu terlibat dalam situasi kerja, tidak mudah menyerah sebelum pekerjaan selesai. Mengutamakan kerja dan mengisi waktu dengan perbuatan nyata untuk mencapai tujuan.

e. Sifat Keyakinan

Diri Selalu percaya pada kemampuan diri, tidak ragu-ragu dalam bertindak, bahkan berkecenderungan untuk melibatkan diri secara langsung dalam berbagai situasi dengan optimis untuk berhasil.

f. Sifat Pengambil Resiko

Selalu memperhitungkan keberhasilan dan kegagalan dalam setiap kegiatannya khususnya untuk mencapai keinginannya. Akan melangkah bila kemungkinan untuk gagal tidak terlalu besar.

g. Sifat Swa Kendali

Dalam menghadapi berbagai situasi selalu mengacu pada kekuatan dan kelemahan pribadi dan batas-batas kemampuan dalam berusaha. Selalu menyadari dengan adanya pengendalian diri ini maka setiap kegiatannya menjadi lebih terarah dalam mencapai tujuannya

h. Sifat Inovatif

Selalu mendekati berbagai masalah dengan berusaha menggunakan cara-cara baru yang lebih bermanfaat. Terbuka terhadap gagasan, pandangan, dan penemuan baru yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerjanya. Tidak terpaku pada masa lalu, tapi selalu berpandangan ke depan untuk mencari cara-cara yang biasa dilakukan orang lain untuk peningkatan kinerja. Cenderung melakukan sesuatu dengan cara yang khas, unik dari hasil pemikirannya. Termasuk dalam sifat inovatif ini adalah kecenderungan untuk selalu meniru tetapi melalui penyempurnaan tertentu (imitatif inovatif).

i. Sifat Kemandirian

Selalu mengembalikan perbuatannya sebagai tanggung jawab pribadi. Keberhasilan dan kegagalan merupakan konsekuensi pribadi wirausaha. Mementingkan otonomi bertindak, pengambilan keputusan dan pemilihan berbagai kegiatan dalam mencapai tujuan. Lebih senang bekerja sendiri, menentukan dan memilih cara kerja yang sesuai dengan dirinya. Ketergantungan pada orang lain merupakan suatu yang bertentangan dengan kata hatinya. Seorang wirausahawan dapat saja bekerja dalam kelompok selama mendapat kebebasan bertindak dan dalam mengambil keputusan.

Karakter-karakter tersebut memang wajib dimiliki oleh setiap wirausahawan. Tanpa karakter, bisnis yang digelutinya hanya akan berjalan biasabiasa saja, minim warna dan aroma, sulit berkembang, dan besar kemungkinan mengalami kemunduran. Padahal, dalam iklim kompetisi seperti saat ini, hanya sang pemenanglah yang mampu bertahan.

2.2. Keunggulan Bersaing

2.2.1. Pengertian Keunggulan Bersaing

Pada saat ini, pentingnya keunggulan bersaing sangat besar. Jadi keunggulan bersaing adalah tentang bagaimana suatu perusahaan benar-benar dapat menerapkan strategi generik tersebut kedalam prakteknya. Pada dasarnya keunggulan bersaing berkembang dari nilai yang perusahaan mampu ciptakan untuk pembelinya. Keunggulan bersaing mungkin mengambil bentuk harga yang

lebih rendah dibandingkan harga pesaing untuk manfaat yang sesuai atau penyediaan manfaat unik yang lebih sekedar mengimbangi harga premi. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2013:311)

“Mendefinisikan keunggulan bersaing adalah keunggulan terhadap pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih rendah maupun dengan memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi”.

Keunggulan bersaing adalah merupakan suatu persatuan yang kuat antara keunggulan perusahaan dan efektifitas organisasi dalam mengadaptasi perubahan lingkungan. Keunggulan bersaing merupakan penjabaran kenyataan dari manajemen yang merupakan proses untuk mengidentifikasi, mengembangkan serta meletakkan keunggulan yang nyata. Segala sumber daya perusahaan yang mendukung keunggulan bersaing sering dijadikan riset untuk dijadikan dasarstrategi yang akan diterapkan dalam manajemen perusahaan .

Menurut Hajar dan Sukaatmadja (2016:6591) Keunggulan bersaing adalah strategi untuk menjadi lebih unggul dari pesaing. Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan. Dalam Jurnal Raeni Dwi Santy (2018:4) "Keunggulan kompetitif tidak dapat dipahami dengan melihat suatu perusahaan secara keseluruhan, tetapi memiliki keunggulan kompetitif asal, berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan 21 dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, mengirim dan mendukung produkproduknya. Dalam Slamet (2013:72) mengemukakan bahwa keunggulan bersaing seharusnya dipandang sebagai suatu proses dinamis ketimbang sebagai hasil akhir. Dikemukakan pula sebagai suatu proses yang

terdiri atas sumber keunggulan, keunggulan posisi, dan prestasi hasil akhir serta investasi laba untuk mempertahankan keunggulan.

Dalam Djodjobo dan Tawas (2014:2017) keunggulan bersaing adalah perusahaan mengalami keunggulan bersaing ketika tindakan-tindakan dalam suatu industri atau pasar menciptakan nilai ekonomi dan ketika beberapa perusahaan yang bersaing terlibat dalam tindakan serupa. Berdasarkan definisi diatas maka penulis menyatakan bahwa yang dimaksud dengan keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk mengoptimalkan semua sumber daya yang dimilikinya guna memproduksi produk yang lebih baik dari pesaing dalam segala hal sehingga konsumen merasa puas dan pangsa pasar perusahaan semakin luas.

Dalam Marchelina Malumbot dan Sem G. Oroh (2015:159) keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah jantung kinerja perusahaan dalam pasar bersaing. Dewasa ini pentingnya keunggulan bersaing tidak mungkin diabaikan lagi. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang dapat diciptakan perusahaan bagi para pembelinya yang lebih dari biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk menciptakannya. Nilai atau manfaat inilah yang sedia dibayar oleh pembeli, dan nilai yang unggul berasal dari penawaran harga yang lebih rendah ketimbang harga pesaing untuk manfaat setara atau penawaran manfaat unik yang melebihi harga yang ditawarkan (Cynthia Vanessa Djodjobo & Hendra N. Tawas (2014:2017)

Dari beberapa pendapat diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa keunggulan bersaing merupakan strategi keuntungan dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk berkompetisi lebih efektif dalam pasar. Strategi yang

didesain bertujuan untuk mencapai keunggulan bersaing yang terus menerus agar perusahaan dapat terus menjadi pemimpin pasar.

2.2.2. Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing

Daya saing yang diperebutkan oleh setiap perusahaan yang mencari keuntungan tidak semata – mata dilakukan dan dikejar, namun juga ada beberapa faktor yang mempengaruhi daya saing tersebut menurut para ahli, diantaranya : Menurut Tulus Tambunan (2008 : 5), Daya saing dari perusahaan ditentukan oleh banyak faktor, tujuh diantaranya yang sangat penting diantaranya:

- a. Keahlian atau tingkat pendidikan pekerja
- b. Keahlian pengusaha
- c. Ketersediaan modal
- d. Sistem organisasi dan manajemen yang baik
- e. Ketersediaan teknologi
- f. Ketersediaan informasi
- g. Ketersediaan input – input lainnya seperti energi, dan bahan baku.

2.2.3. Indikator Keunggulan Bersaing

Menurut Siti Hajar dan Iputu Gede (2016:6591) terdapat 5 indikator keunggulan, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Harga bersaing, adalah harga jual eceran yang rendah, baik sedikit atau banyak, dibandingkan harga jual eceran dari rata-rata pesaing.
- b. Eksplorasi peluang, adalah mengidentifikasi peluang dengan cara-cara yang baru untuk mengembangkan sumber daya yang ada.

- c. Pertahanan ancaman bersaing, adalah kemampuan perusahaan untuk bertahan dari ancaman bersaing untuk keberlangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan.
- d. Fleksibilitas, adalah sebuah konsep untuk segera menanggapi perubahan lingkungan.
- e. Hubungan pelanggan, adalah hubungan untuk mengetahui kebutuhan pelanggan lebih baik dari pesaing dengan harapan pelanggan loyal.

2.1. Keberhasilan Usaha

2.2.1. Pengertian Keberhasilan Usaha

Menurut Nasution (2011), sebuah perusahaan dikatakan meraih keberhasilan usaha jika dana usahanya bertambah, hasil produksi meningkat, keuntungan bertambah, perputaran dana berkembang cepat serta penghasilan anggota dari perusahaan tersebut bertambah. Ranto (2017), keberhasilan berwiraswasta tidaklah identik dengan seberapa berhasil seseorang mengumpulkan uang atau harta serta menjadi kaya, karena kekayaan bisa diperoleh dengan berbagai cara sehingga menghasilkan nilai tambah. Berusaha lebih dilihat dari bagaimana seseorang bisa membentuk, mendirikan, serta menjalankan usaha dari sesuatu yang tadinya tidak berbentuk, tidak berjalan atau mungkin tidak ada sama sekali. Seberapa pun kecilnya ukuran suatu usaha jika dimulai dari nol dan bisa berjalan dengan baik maka nilai berusahnya jelas lebih berharga daripada sebuah organisasi besar yang dimulai dengan bergelimang fasilitas.

Menurut Kasmir (2016) sebuah perusahaan dikatakan meraih keberhasilan usaha jika dana usahanya bertambah, hasil produksi meningkat, keuntungan bertambah, kepuasan pelanggan, mutu produk, perkembangan usaha serta penghasilan karyawan dari perusahaan tersebut bertambah. Menurut Suryana (2010), untuk menjadi wirausaha yang sukses, seseorang harus memiliki ide atau visi yang jelas serta kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko. Agar usaha tersebut berhasil, selain bekerja keras wirausaha harus mampu mengembangkan hubungan dengan pelanggan dan distributor, selain itu yang merupakan tujuan yang kritis dan menjadi ukuran dari keberhasilan suatu perusahaan adalah laba. Menurut Hutagalung & Syafrizal (2012), sukses tidak terjadi secara kebetulan, secara instan dan tidak pula turun tiba-tiba dari langit. Sukses adalah buah dari proses sistematis, perjalanan panjang dan kerja keras. Sukses selalu diukur dengan uang, harta, jabatan, keluarga, ketenaran nama. Sukses besar berarti akumulasi dari kesemuanya

Moehariono (dalam Sebayang, 2014) menyatakan suatu keberhasilan harus dapat diukur, hal-hal yang dapat dijadikan indikator dari kinerja usaha ialah pertumbuhan pendapatan (Revenue Growth), jumlah pelanggan, tingkat kepuasan pelanggan, perkembangan usaha dan lain-lain. Seperti yang dikemukakan oleh Suryana (2011) bahwa untuk menjadi wirausaha yang sukses harus memiliki ide atau visi bisnis (business vision) yang jelas, kemudian ada kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko baik waktu maupun uang. Erlich (2007) mengatakan bahwa suatu usaha dikatakan berhasil di dalam usahanya apabila setelah jangka waktu tertentu usaha tersebut mengalami peningkatan baik dalam

permodalan, skala usaha, hasil atau laba, jenis usaha atau pengelolaan. Selain dari laba, keberhasilan usaha dapat dilihat dari target yang dibuat oleh pengusaha.

Hal ini seperti yang terungkap oleh Dalimunthe (dalam Noersasongko, 2005) yang menyatakan bahwa kita dapat menganalisis keberhasilan usaha dengan mengetahui kinerja suatu perusahaan yang dapat dirumuskan melalui suatu perbandingan nilai yang dihasilkan perusahaan dengan nilai yang diharapkan dengan memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki. Noor (2007) mengemukakan bahwa keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba, karena laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis. Riyanti (2003) mengemukakan bahwa keberhasilan usaha didefinisikan sebagai tingkat pencapaian hasil atau tujuan organisasi.

Sehingga, dapat diketahui bahwa definisi keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, dimana keberhasilan tersebut didapatkan dari wirausaha yang memiliki otak yang cerdas, yaitu kreatif, mengikuti perkembangan teknologi dan dapat menerapkan secara proaktif dan hal tersebut terlihat dari usaha dari wirausaha dimana suatu keadaan usahanya yang lebih baik dari periode sebelumnya dan menggambarkan lebih daripada yang lainnya yang sederajat atau sekelasnya, dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara teknis dan efisiensi secara ekonomis, target perusahaan yang ditentukan oleh manajer-pemilik usaha, permodalan, skala usaha, hasil atau laba, jenis usaha atau pengelolaan, kinerja keuangan, serta image perusahaan

2.2.2. Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha

Faktor-faktor yang mendorong keberhasilan usaha (Hendro, 2014) yaitu:

- a. Faktor peluang Sebagai seorang wirausahawan, anda harus membuat dan menemukan strategi yang tepat untuk usaha anda, bukan usaha orang lain. Disamping itu anda harus menciptakan peluang yang tidak hanya bersifat momentum tetapi benar-benar peluang bisnis. Peluang yang tepat adalah rangkaian yang kuat dan muncul dari penyatuan benang merah antara AKU-BISNIS-PASAR.
- b. . Faktor manusia (SDM)
 1. Yang merencanakan dengan matang itu membutuhkan SDM yang berkualitas
 2. Melakukan pelaksanaan yang sesuai dan tepat dengan perencanaan secara kreatif dalam mengatasi masalah dan itu membutuhkan SDM yang handal sebagai manajer yang hebat.
 3. Mengawasi suatu pekerjaan sesuai dengan perencanaan dan target yang dibutuhkan. Controller yang hebat mencakup quality control, financial control serta supervisor
 4. Mengembangkan suatu usaha itu membutuhkan orang yang hebat dalam memasarkan dan menjual, yaitu marketer dan seller.
 5. Faktor kepemimpinan atau leadership juga merupakan salah satu faktor penting yaitu gaya kepemimpinan.

- c. . Faktor keuangan
 1. Pengendalian biaya dan anggaran
 2. Pencairan dana modal kerja, dana investasi, dan dana lainnya
 3. Perencanaan dan penetapan harga produk, biaya (perinciannya), rugi laba dan lain-lain.
 4. Perhitungan resiko keuangan sehingga risiko keuangan bisa dikendalikan dengan baik.
 5. Stuktur biaya seperti margin (batas) kontribusi, laba berbanding penjualan, biaya berbanding penjualan, dan lain-lain.
- d. Faktor organisasi Ibarat sebuah pohon yang memiliki batang yang kokoh dan kuat, organisasi usaha itu harus terstruktur dengan baik. Organisasi usaha juga tidak statis tetapi dinamis, kreatif, dan berwawasan kedepan.
- e. Faktor perencanaan
 1. Perencanaan visi, misi, strategi jangka panjang dan pendek
 2. Perencanaan operasional dan program-program pemasaran
 3. Perencanaan produk
 4. . Perencanaan informasi teknologi
 5. Perencanaan pendistribusian produk
 6. Perencanaan jumlah produk yang akan dijual
- f. Faktor pengelolaan usaha
 1. Quality : mutu produk, mutu operasioanal, mutu pelayanan harusbagus

2. Time : waktu penyelesaian produk, waktu pekerjaan, waktu perbaikan juga penting dan menunjang mutu produk
 3. Cost : mutu yang bagus perlu biaya yang tinggi belum tentu menghasilkan mutu yang baik.
- g. Faktor pemasaran dan penjualan Faktor pemasaran dan penjualan memainkan peranan penting bagi kelancaran usaha. Ilmu penjualan adalah The Embryo of Entrepreneurial Skill
- h. Faktor administrasi Tanpa pencatatan dan dokumentasi yang baik dan pengumpulan serta pengelompokan data administrasi, maka strategi, taktik, perencanaan, pengembangan, program dan arah perusahaan menjadi tidak berjalan sesuai harapan karena hanya dilakukan berdasarkan feeling atau perasaan anda saja.
- i. Faktor peraturan pemerintah, politik, sosial, ekonomi dan budaya local
1. Peraturan pemerintah dan peraturann daerah seperti pajak, retribusi, pendapatan daerah, dan lain-lain
 2. Legalitas dan perizinan
 3. Situasi ekonomi dan politik
 4. Perkembangan budaya lokal yang harus diikuti
 5. Lingkungam sosial yang berbeda di setiap daerah
- j. Faktor-faktor pendamping lainnya. Catatan Bisnis Catatan usaha atau bisnis akan membantu kita mengetahui sejauh mana kita menjalankan usaha, sampai dimana, mengapa sampai disini, karena apa kita begini, dan lain-lain.

2.2.3. Indikator Keberhasilan Usaha

Indikator keberhasilan usaha menurut Noor (2014) adalah sebagai berikut :

- a. Profitability Laba merupakan tujuan utama dari bisnis. Laba usaha adalah selisih antara pendapatan dengan biaya.
- b. Produktivitas dan Efisiensi Besar kecilnya produktivitas suatu usaha akan menentukan besar kecilnya produksi. Hal ini akan mempengaruhi besar kecilnya penjualan dan pada akhirnya menentukan besar kecilnya pendapatan, sehingga mempengaruhi besar kecilnya laba yang diperoleh.
- c. Daya saing adalah kemampuan atau ketangguhan dalam bersaing untuk merebut perhatian dan loyalitas konsumen. Suatu bisnis dapat dikatakan berhasil, bila dapat mengalahkan pesaing atau paling tidak masih bisa bertahan menghadapi pesaing.
- d. Kompetensi dan Etika Usaha Kompetensi merupakan akumulasi dari pengetahuan, hasil penelitian, dan pengalaman secara kuantitatif maupun kualitatif dalam bidangnya sehingga dapat menghasilkan inovasi sesuai dengan tuntutan zaman.
- e. Terbangunnya citra baik Citra baik perusahaan terbagi menjadi dua yaitu, *trust internal dan trust external*. Trust internal adalah amanah atau trust dari segenap orang yang ada dalam perusahaan. Sedangkan *trust external* adalah timbulnya rasa amanah atau percaya dari segenap *stake holder* perusahaan, baik itu konsumen, pemasok, pemerintah, maupun masyarakat luas, bahkan juga pesaing.

2.4. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
1.	Syabrus, S, & Sumarno (2015)	Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Keunggulan bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha Pengusaha Reklame di Jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru	X1= Karakteristik Kewirausahaan X2= Keunggulan Bersaing Y= Keberhasilan Usaha	Asosiatif kuantitatif	Perilaku Karakteristik Kewirausahaan dan Keunggulan bersaing berpengaruh positif signifikan secara parsial maupun simultan terhadap keberhasilan usaha.
2.	Supranoto (2019)	Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pasar, Inovasi, dan Orientasi Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi empiris pada: Industri Pakaian Jadi Skala Kecil dan Menengah di kota Semarang) Kewirausahaan	X= Keunggulan Bersaing Y=Kinerja Pemasaran	Deskriptif Kuantitatif	Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran.
3.	Muzaki (2016)	Pengaruh Karakteristik, Minat Dan Motivasi Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Desa Jarak Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri.	X1= Karakteristik Kewirausahaan X2= Motivasi Wirausaha Y= Keberhasilan Usaha	Asosiatif kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara karakteristik wirausaha, minat wirausaha, motivasi baik secara parsial maupun simultan terhadap keberhasilan usaha.
4.	Zumaedi (2012)	Hubungan Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Pengusaha Kecil Di Pekalongan)	X= Karakteristik Kewirausahaan Y= Keberhasilan Usaha	Asosiatif kuantitatif	Karakteristik wirausaha berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Percaya diri mempunyai hubungan kuat terhadap keberhasilan usaha.
5.	Wijayanto (2018)	Pengaruh Karakteristik Wirausahawan Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Studi Pada Sentra Usaha Kecil Pengasapan Ikan Di Krobakan Semarang	X1= Karakteristik Kewirausahaan Y= Keberhasilan Usaha	Asosiatif kuantitatif	Ada pengaruh karakteristik wirausaha yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode	Hasil penelitian
6.	Yuliana, dkk (2023)	Kajian Empiris: Karakteristik Kewirausahaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Berwirausaha	X1= Karakteristik Kewirausahaan X2= Keunggulan Bersaing Y= Keberhasilan Berwirausaha	Asosiatif kuantitatif	Hasil uji parsial, karakteristik wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan berwirausaha. Keunggulan bersaing juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan berwirausaha. Secara simultan karakteristik wirausaha dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan berwirausaha.
7.	Yati Suhartini (2021)	Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Warung Kelontong Di Kasihan Bantul Yogyakarta	X1= Karakteristik Kewirausahaan X2= Orientasi Kewirausahaan Y= Keberhasilan Usaha	Asosiatif kuantitatif	Hasil uji parsial, dan simultan Variabel karakteristik wirausaha dan orientasi kewirausahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha warung kelontong di Kasihan Bantul Yogyakarta

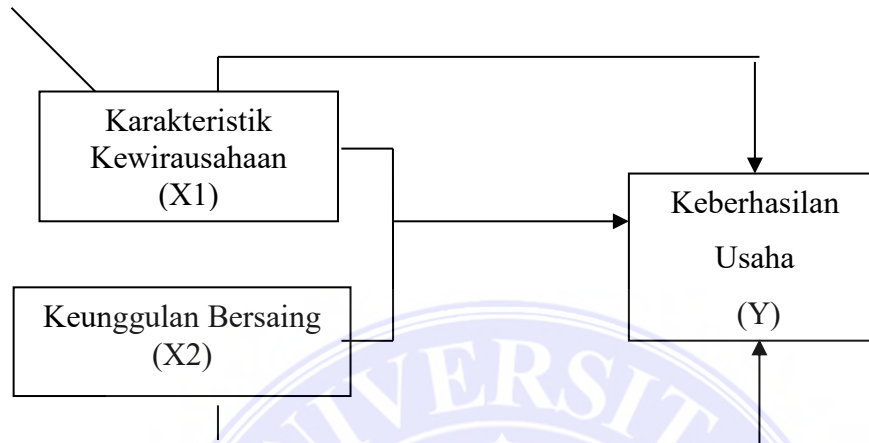
Sumber: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis

2.3. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah hasil pemikiran yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai. Kerangka konseptual menurut variabel yang diteliti beserta indikatornya. Kerangka konseptual dari suatu gejala sosial yang memadai dapat diperkuat untuk menyajikan masalah penelitian dengan cara yang jelas dan dapat diuji (Sugiyono: 2016).

Dalam kerangka konseptual ini dimana peneliti membuat suatu sketsa gambaran mengenai pengaruh karakteristik kewirausahaan dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha karena hal ini sangat penting sebagai bahan masukan untuk melihat secara karakteristik ketiga variabel yang akan diteliti

nantinya. Maka model kerangka konseptual dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.4. Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditetapkan, maka hipotesis yang dikemukakan oleh peneliti yaitu :

1. Karakteristik kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.
2. Keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.
3. Karakteristik kewirausahaan dan keunggulan bersaing secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah merupakan penelitian asosiatif, dimana penelitian ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Berdasarkan penjelasan diatas, maka penelitian *asosiatif* yang bermaksud untuk memberikan penjelasan “Pengaruh Karakteristik kewirausahaan dan keunggulan bersaing Terhadap keberhasilan usaha pada Rumah Makan Muslim Khairunnisa Parapat.”

3.1.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Rumah Makan Muslim Khairunnisa, PARAPAT. Sumatera Utara, Indonesia.

3.1.3. Waktu Penelitian

Penelitian di rencanakan mulai bulan November 2023 sampai Februari 2023. Untuk lebih jelasnya berikut disajikan tabel waktu penelitian.

Tabel 3.1
Rincian Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	2023-2023					
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
1.	Pembuatan Proposal						
2.	Seminar Proposal						
3.	Pengumpulan Data						
4.	Analisis Data						
5.	Penyusunan Skripsi						
6.	Seminar Hasil						
7.	Penyelesaian Skripsi						
8.	Sidang Meja Hijau						

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi

Dalam mengambil populasi diperlukan sejumlah orang yang akan diberikan kuesioner yang berisi pertanyaan berdasarkan indikator variabel yang diteliti. Menurut Sugiyono (2014:389) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda alam yang lain.

Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Populasi yang diambil oleh peneliti kali ini adalah pada Rumah Makan Muslim Khairunnisa Parapat. Pemilihan jumlah populasi ini diambil dari semua konsumen usaha yang ada di Rumah Makan Muslim Khairunnisa Parapat berdasarkan sumber data yaitu sebanyak 100 konsumen.

3.2.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dapat dijadikan objek pada penelitian dan menguji suatu data. Metode yang dipakai pada penarikan sampel ini yaitu sampling jenuh atau sensus. Pengertian dari sampling jenuh atau sensus. Menurut Sugiyono (2014:122) sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relative kecil, kurang dari 100 pelaku usaha, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota

populasi di jadikan sampel. Bisa diketahui apabila sampling jenuh atau sensus teknik penentuan sampel dengan cara menggunakan semua anggota populasi. Pada penelitian ini karena jumlah populasi yang terbatas maka tidak dapat memungkinkan untuk memakai sampel sehingga peneliti mengambil jumlah sampel yang sama dari populasi konsumen Rumah Makan Muslim Khairunnisa Parapat sebanyak 100 konsumen.

3.3. Definisi Operasional Variabel

Definisi variabel akan menuntun penelitian untuk memenuhi unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Ukur
Karakteristik Kewirausahaan (X1)	Motivasi Tabiat, watak, sifatsifat kejiwaan, akhlak, atau budi pekerti yang membedakan seseorang dari yang lain sehingga dengan adanya karakter dalam kewirausahaan menjadikan fondasi bagi kecerdasan dan pengetahuan seorang wirausaha	a. Realistik b. Detail c. Percaya diri d. Setia e. Berdedikasi f. Tahan Uji g. Kreatif h. Siap menghadapi resiko i. Jiwa kepemimpinan	<i>Likert</i>
Keunggulan bersaing (X2)	Keunggulan bersaing adalah strategi untuk menjadi lebih unggul dari pesaing. Keunggulan bersaing (competitive advantage) adalah jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan.	a. Harga bersaing b. Eksplorasi peluang, c. Pertahanan ancaman bersaing d. Fleksibilitas e. Hubungan pelanggan	<i>Likert</i>
Keberhasilan Usaha (Y)	Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapatkan laba,.	a. Laba b. Produktifitas c. Daya Saing d. Kompetensi e. etika usaha f. Citra merek.	<i>Likert</i>

3.4. Jenis dan Sumber Data

3.4.1. Jenis data

Jenis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang di angkakan/scoring, Sugiyono (2010). Data kuantitatif yang di gunakan dalam penelitian ini adalah hasil jawaban kuesioner dari masing-masing responden yaitu konsumen Rumah Makan Muslim Khairunnisa Parapat.

3.4.2. Sumber Data

1. Data primer

Data primer dalam penelitian ini adalah hasil jawaban kuesioner yang disebarkan kepada responden yaitu konsumen Rumah Makan Muslim Khairunnisa Parapat

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan dari sumber-sumber bacaan mengenai objek penelitian dan beberapa hal yang mendukung seperti sejarah dan perkembangan perusahaan.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang telah diuraikan di atas maka penulis melakukan penelitian untuk mendapatkan data, informasi dan bahan yang diperlukan dengan menggunakan beberapa metode antara lain :

1. Wawancara

Yaitu cara mendapatkan informasi atau data yang akurat dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara langsung dan ditanyakan kepada sumber terpercaya.

2. Kuesioner

Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan-pertanyaan kepada kuesioner dengan cara memilih alternatif jawaban yang tersedia. Dimana responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan. Bobot nilai kuesioner yang ditentukan yaitu :

- a. Jawaban “Sangat Setuju”, diberi nilai 5
- b. Jawaban “Setuju”, diberi nilai 4
- c. Jawaban “Netral”, diberi nilai 3
- d. Jawaban “Tidak Setuju”, diberi nilai 2
- e. Jawaban “Sangat Tidak Setuju”, diberi nilai 1

Adapun yang menjadi skala pengukuran data dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomena sosial, berdasarkan definisi operasional yang telah ditetapkan oleh peneliti.

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah suatu kuisisioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengukur dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Reliabilitas menunjukkan akurasi dan konsisten dari pengukurannya. Dikatakan konsisten jika

beberapa pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda.

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 20.00 dengan kriteria sebagai berikut :

Jika $r_{hitung} \text{ positif atau } r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pertanyaan tersebut valid.

Jika $r_{hitung} \text{ positif atau } r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Metode yang digunakan adalah metode *Cronbach's Alpha*. Metode ini diukur berdasarkan skala *alpha Cronbach* 0 sampai 1. Jika skala itu dikelompokkan kedalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel

Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel

Nilai alpha Cronbach 0,41 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel

Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel

Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel

3.6.2. Uji Statistik

3.6.3. Uji Statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, yaitu analisis yang digunakan untuk menyajikan data dalam bentuk angka. Berdasarkan uraian yang telah

digunakan pada jenis variabel yang digunakan yaitu variabel dependen dan variabel independen maka analisis yang digunakan oleh penulis adalah jenis analisis Regresi Linier Berganda, dengan memakai program *software SPSS 20.00 for window* yaitu :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \dots\dots\dots (\text{Sugiyono, 2012:204})$$

Keterangan :

Y : Keberhasilan Usaha

a : Konstanta

$\beta_1 \dots \beta_2$: Koefisien regresi masing-masing variabel

X₁: Karakteristik Kewirausahaan

X₂: Keunggulan bersaing

e: Standart Error (5%)

3.6.4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng dan distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau menceng ke kanan. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan kurva PP-Plots, untuk memastikan apakah data di sepanjang garis diagonal normal maka di lakukan uji *Kolmogorov Smirnov*.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah sebuah grup mempunyai varians yang sama di antara anggota grup tersebut. Artinya, jika varian variabel *independent* adalah konstan (sama) untuk setiap nilai tertentu variabel independen disebut homoskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas berarti adanya hubungan linier yang sempurna atau pasti di antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat toleransi variabel dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan membandingkan sebagai berikut :

VIF < 5 maka tidak terdapat multikolinieritas

Tolerance > 0,1 maka tidak terdapat multikolinieritas

3.6.5. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (Uji F)

Uji F, dengan maksud menguji apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$).

Kriteria pengujian yaitu :

Dimana : $F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$ ditolak

$F_{hitung} < F_{tabel} = H_0$ diterima

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha=0,05$).

Dimana : $T_{hitung} > t_{tabel} = H_0$ ditolak

$T_{hitung} < t_{tabel} = H_0$ diterima

3.6.6. Uji Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengukur kedekatan hubungan dari model yang dipakai. Koefisien determinasi (*adjuster R²*) yaitu angka yang menunjukkan

besarnya kemampuan varians atau penyebaran dari variabel-variabel bebas yang menerangkan variabel terikat atau angka yang menunjukkan seberapa besar variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebasnya. Besarnya koefisien determinasi adalah antara 0 hingga 1 ($0 < \text{adjusted } R^2 < 1$), dimana nilai koefisien mendekati 1, maka model tersebut dikatakan baik karena semakin dekat hubungan variabel bebas dengan variabel terikat.



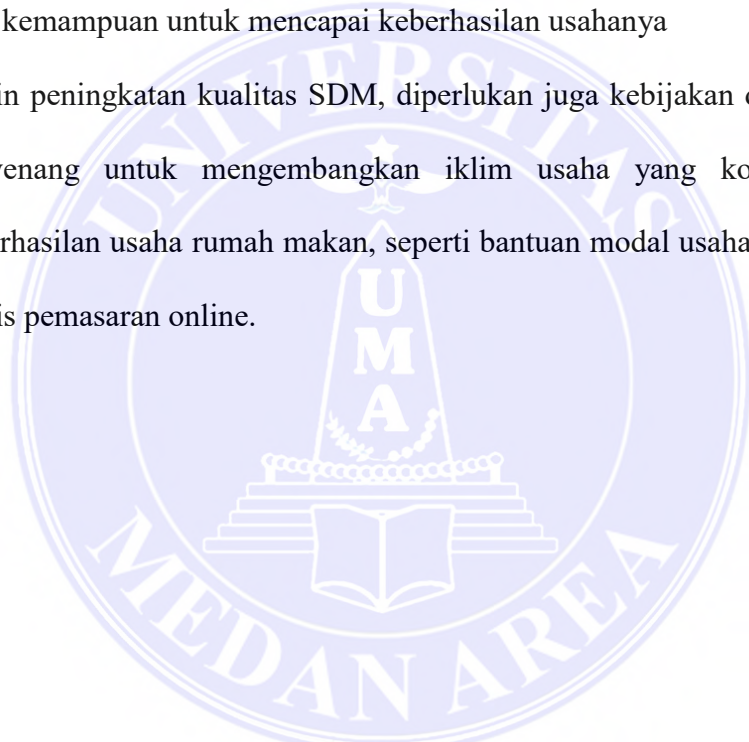
Dari hasil pemaparan dan pembahasan data di atas maka kesimpulan dari hasil penelitian adalah :

1. Terdapat pengaruh positif variabel karakteristik kewirausahaan terhadap variabel keberhasilan usaha yang ditunjukkan oleh $t_{hitung} 7.871 > t_{table} 1.984$, dengan nilai *p-value* pada kolom sig $0.000 < 0.05$ hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh signifikan karakteristik kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha Rumah Makan Muslim Khairunnisa Parapat.
2. Terdapat pengaruh positif variabel keunggulan bersaing terhadap variabel keberhasilan usaha yang ditunjukkan oleh $t_{hitung} 5.864 > t_{table} 1.984$ artinya positif dan nilai *p-value* pada kolom sig $0.000 < 0.05$ hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh signifikan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha Rumah Makan Muslim Khairunnisa Parapat.
3. Pengujian yang dilakukan secara simultan menunjukkan bahwa variabel karakteristik kewirausahaan dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha Rumah Makan Muslim Khairunnisa Parapat. Dengan nilai $F_{hitung} 156.498 > F_{tabel} 3.09$ dengan nilai *p-value* sig $0.000 < 0.05$. Selanjutnya nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh sebesar 0,759. Angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 75,9%. keberhasilan usaha (variabel terikat) dapat dijelaskan oleh variabel faktor karakteristik kewirausahaan dan keunggulan bersaing. Sisanya sebesar 24,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini

5.2.Saran

Mengacu pada temuan dan kesimpulan penelitian, beberapa saran yang dikemukakan adalah:

1. Perlu adanya dukungan dari pihak yang terkait dan berwenang untuk meningkatkan kualitas SDM pengusaha rumah makan melalui pendidikan dan pelatihan yang diperlukan untuk memperkuat karakteristik wirausaha dan orientasi kewirausahaan, karena penelitian menemukan semakin kuat karakteristik wirausaha dan orientasi kewirausahaan maka semakin meningkat juga kemampuan untuk mencapai keberhasilan usahanya
2. Selain peningkatan kualitas SDM, diperlukan juga kebijakan dari pihak yang berwenang untuk mengembangkan iklim usaha yang kondusif dengan keberhasilan usaha rumah makan, seperti bantuan modal usaha, dan dukungan teknis pemasaran online.



DAFTAR PUSTAKA

- Alifuddin, M., & Razak, M. (2015). *Kewirausahaan Strategi Membangun Kerajaan Bisnis*. Jakarta: MagnaScript Publishing.
- Anta, M. (2012). *Pengaruh Karakteristik, Minat Dan Motivasi Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM*. 17 - 24.
- Daryanto. (2012). *Pendidikan Kewirausahaan*. Yogyakarta: Gava Media.
- Echdar, S. (2014). *Manajemen Entrepreneurship Kiat Sukses Menjadi Wirausaha*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, P., & Situmorang (2015). *Filsafat Ilmu Dan Metode Riset*. Medan: USU Press.
- Hutagalung, R. B., & Situmorang, (2008). *Pengantar Kewirausahaan*. Medan: USU Press.
- Kasmir. (2013). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Muzaki. 2016. *Pengaruh Karakteristik, Minat Dan Motivasi Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Desa Jarak Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*
- Noor, H. F. (2012). *Ekonomi Manajerial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Purnama, Chamdan, &
- Suyanto. (2010). *Motivasi Dan Kemampuan Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha Industri Kecil (Studi Pada Industri Kecil Sepatu Di Jawa Timur)*. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 177 - 184.
- Rangkuti, F. (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Saiman, L. (2014). *Kewirausahaan Teori, Praktik Dan Kasus - Kasus*. Jakarta: Salemba Empat. Situmorang,
- Lutfi, M. (2015). *Analisis Data*. Medan: USU Press.
- Stephanie, K. M. (2012). *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryana, Y., & Bayu, K. (2013). *Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Kencana.
- Supranto. 2019. *Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pasar, Inovasi, dan Orientasi Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi empiris pada: Industri Pakaian Jadi Skala Kecil dan Menengah di kota Semarang) Kewirausahaan*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*
- Syabus, & Sumarno. (2015). *Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Dan Strategi Pemasaran Terhadap keberhasilan Usaha Pengusaha Reklame Di Jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru*. 1 - 6.
- Umar, H. (2012). *Riset Pemasaran Dan Prilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wijiyanto, A. (2018). *Pengaruh Karakteristik Wirausahawan Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Studi Kasus Pada Sentra Kecil Pengasapan Di Kabupaten Semarang*. 1 – 12
- Yati Suhartini. (2021). *Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Warung Kelontong Di Kasihan Bantul Yogyakarta*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*
- Yuliana Sukma, Hardi Mulyono, Abd. Rasyid Syamsuri. (2023). *Kajian Empiris: Karakteristik Kewirausahaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Berwirausaha*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*
- Zumaedi. (2012). *Hubungan Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Pengusaha Kecil Di Pekalongan)*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*

KUESIONER

PENGARUH KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KEBERHASILAN USAHA Rumah Makan Muslim Khairunnisa Parapat

Bapak/Ibu, Saudara/I responden yang terhormat, dalam rangka pengumpulan data untuk sebuah penelitian dan kepentingan ilmiah, saya mohon kesediannya menjawab dan mengisi beberapa pertanyaan dari kuesioner yang diberikan di bawah ini.

I DATA RESPONDEN

(No. Responden: _____)

1. Nama : _____
2. Usia : a. 20 - 25 Thn b. 26 - 30 Thn c. 31 – 35 Thn d. > 36 Thn
3. Jenis kelamin : a. Pria b. Wanita
4. Pendidikan : a. SMU b. D3 c. S1 d. S2

II PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda contrenng /*checklist* (✓) pada kolom yang anda anggap sesuai. Setiap responden hanya diperbolehkan memilih satu jawaban.

Keterangan :

- | | | |
|-----|-----------------------|------------------|
| SS | = Sangat Setuju | (diberi nilai 5) |
| S | = Setuju | (diberi nilai 4) |
| RR | = Ragu-Ragu | (diberi nilai 3) |
| TS | = Tidak Setuju | (diberi nilai 2) |
| STS | = Sangat Tidak Setuju | (diberi nilai 1) |

III DAFTAR PERNYATAAN

1. VARIABEL KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN (X1)

NO	KETERANGAN	SS	S	RR	TS	STS
Realistis						
1	Saya memiliki kebebasan dalam mengatur dan mengambil keputusan..					
Detail						
2	Saya mandiri dalam menjalankan tugas-tugas yang ada..					
Percaya Diri						
3	Saya percaya diri dapat menjalankan usaha					
Setia						
4	Saya Konsisten dalam menjalankan usaha					
Berdedikasi						
5	Saya berani mengambil resiko dari setiap keputusan yang saya ambil.					
Tahan Uji						
6	Saya berani menghadapi tantangan yang terjadi di usaha					
Kreatif						
7	Saya dapat menciptakan ide baru/cara baru untuk usaha. produk yang dijual...					
Siap Menghadapi Resiko						
8	Saya dapat melakukan pengembangan/ pembaharuan					
Jiwa Kepemimpinan						
9	Saya memegang kendali dalam usaha.					

2. VARIABEL KEUNGGULAN BERSAING (X2)

NO	KETERANGAN	SS	S	RR	TS	STS
Harga Bersaing						
1	Usaha kami senantiasa menawarkan harga yang kompetitif dibandingkan dengan pesaing					
Eksplorasi Peluang						
2	Perusahaan kami senantiasa menawarkan produk yang berkualitas tinggi dibandingkan dengan pesaing.					
Pertahankan Ancaman Bersaing						
3	Perusahaan kami senantiasa melakukan pengiriman barang kepada konsumen tepat waktu dibandingkan dengan pesaing.					
Fleksibilitas						
4	Perusahaan kami senantiasa menyediakan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan dibandingkan dengan pesaing.					
Hubungan Pelanggan						
5	Perusahaan kami merupakan pionir dalam memperkenalkan produk kepada pelanggan dibandingkan dengan pesaing.					

3. VARIABEL KEBERHASILAN USAHA (Y)

NO	PERTANYAAN	SS	S	RR	TS	STS
Laba						
1	Omset tahunan usaha saya terus meningkat					
Produktifitas						
2	Usaha saya terus mengalami peningkatan jumlah penjualan produk.					
Daya Saing						
3	Usaha saya dapat bersaing dengan kompetitor/ pesaing					
Kompetisi						
4	Produk yang saya jual masih diterima oleh konsumen/ pembeli.					
Etika Usaha						
5	Saya memiliki Usaha yang layak dan nyaman untuk keluarga					
Citra Merek						
6	Usaha Saya Dapat Memenuhi Kemauan Konsumen					

Terima kasih atas bantuan Bapak/Ibu, Saudara/Saudari yang telah mengisi kuesioner ini. Atas perhatian dan kerja samanya Saya ucapkan Terima Kasih banyak

TABULASI DATA 100 RESPONDEN**Karakteristik kewirausahaan (X)**

No.	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9
1	5	5	5	4	5	4	4	5	5
2	5	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	4	4	5	4	5	5
4	5	5	3	4	5	4	4	5	5
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
6	5	5	3	4	4	4	4	4	5
7	5	5	3	4	4	5	4	4	5
8	3	4	4	4	4	5	4	4	4
9	4	4	4	5	4	5	4	4	4
10	4	4	5	5	5	5	4	4	4
11	4	4	5	4	4	5	5	5	4
12	5	5	5	4	5	4	5	4	5
13	4	4	4	5	5	3	5	5	4
14	5	5	5	4	4	5	4	4	5
15	5	4	4	4	4	3	5	4	4
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	4	5	4	5	5	4	5	5	5
18	4	5	4	5	5	4	5	5	5
19	4	5	4	5	5	4	5	5	5
20	5	4	4	5	5	5	5	4	4
21	4	4	5	4	5	4	4	5	4
22	5	5	5	4	5	4	4	5	5
23	5	5	4	4	4	4	4	5	5
24	4	5	4	5	5	5	5	5	5
25	4	4	4	5	5	5	5	5	4
26	5	5	4	4	5	4	5	5	5
27	4	4	4	5	4	5	4	5	4
28	4	4	3	4	4	4	4	4	4

29	5	4	4	5	4	4	4	4	4
30	4	5	5	4	3	5	5	4	5
31	5	5	5	5	5	4	3	4	5
32	4	5	4	5	4	4	4	4	5
33	5	5	5	5	4	4	5	5	5
34	5	5	5	3	5	4	5	4	5
35	4	5	5	5	4	4	4	5	5
36	5	5	4	5	4	4	3	4	5
37	4	5	4	4	5	4	4	4	5
38	5	5	5	5	5	4	5	5	5
39	4	5	5	5	4	4	4	5	5
40	5	5	4	5	4	4	3	4	5
41	5	5	5	5	4	4	5	5	5
42	5	4	4	3	4	4	5	5	4
43	5	5	5	5	5	5	5	4	5
44	5	5	3	5	3	4	3	4	5
45	4	4	4	2	4	5	4	4	4
46	5	5	3	5	4	4	4	4	5
47	5	5	3	5	4	5	4	4	5
48	3	4	4	4	5	5	4	4	4
49	4	4	4	4	4	5	5	4	4
50	4	4	5	3	5	5	4	4	4
51	5	5	5	5	4	4	5	5	5
52	5	4	4	3	4	4	5	5	4
53	5	5	5	5	5	5	5	4	5
54	5	5	3	5	3	4	3	4	5
55	4	4	4	4	4	5	4	3	4
56	5	5	3	5	4	4	4	4	5
57	5	5	3	5	4	5	5	4	5
58	3	4	4	4	5	5	4	4	4
59	4	4	4	4	4	5	5	4	4
60	4	4	5	3	5	5	4	4	4
62	4	4	5	5	5	5	4	4	4
62	5	5	5	4	4	4	5	4	5
63	4	4	4	4	3	3	3	4	4
64	5	5	5	5	4	5	5	5	5
65	5	5	5	4	5	4	4	5	5
66	5	4	4	4	4	4	4	4	4
67	5	5	5	4	4	5	4	5	5

68	5	5	3	4	5	4	4	5	5
69	4	4	4	4	4	5	4	4	4
70	5	5	3	4	4	4	4	4	5
71	5	5	3	4	4	5	4	4	5
72	3	4	4	4	4	5	4	4	4
73	4	4	4	5	4	5	4	4	4
74	4	4	5	5	5	5	4	4	4
75	4	4	5	4	4	5	5	5	4
76	5	5	5	4	5	4	5	4	5
77	4	4	4	5	5	3	5	5	4
78	5	5	5	4	4	5	4	4	5
79	5	4	4	4	4	3	5	4	4
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	4	5	4	5	5	4	5	5	5
82	4	5	4	5	5	4	5	5	5
83	4	5	4	5	5	4	5	5	5
84	5	4	4	5	5	5	5	4	4
85	4	4	5	4	5	4	4	5	4
86	5	5	5	4	5	4	4	5	5
87	5	5	4	4	4	4	4	5	5
88	4	5	4	5	5	5	5	5	5
89	4	4	4	5	5	5	5	5	4
90	5	5	4	4	5	4	5	5	5
91	4	4	4	5	4	5	4	5	4
92	4	4	3	4	4	4	4	4	4
93	5	4	4	5	4	4	4	4	4
94	4	5	5	4	3	5	5	4	5
95	5	5	5	5	5	4	3	4	5
96	4	5	4	5	4	4	4	4	5
97	5	5	5	4	5	4	4	5	5
98	5	4	4	4	4	4	4	4	4
99	5	5	5	4	4	5	4	5	5
100	5	5	3	4	5	4	4	5	5

Keunggulan bersaing (X2)

No.	P1	P2	P3	P4	P5
1	4	4	4	4	5
2	3	4	4	3	4
3	5	5	4	4	4
4	4	3	4	4	5
5	4	4	3	4	4
6	4	3	4	3	4
7	4	4	4	4	4
8	4	5	5	3	4
9	4	4	4	4	4
10	5	4	4	4	4
11	5	5	5	4	4
12	4	4	4	5	5
13	4	3	3	4	4
14	5	4	5	4	4
15	4	3	3	4	4
16	4	4	5	5	5
17	5	5	5	4	5
18	4	4	4	4	4
19	5	5	4	4	5
20	3	5	5	5	4
21	4	4	4	4	4
22	5	4	4	4	4
23	4	3	4	4	4
24	5	4	5	5	5
25	5	5	5	4	5
26	4	5	4	5	4
27	5	4	3	4	4
28	4	4	4	3	3
29	4	4	4	4	4
30	5	3	4	4	4
31	4	3	4	4	4
32	4	4	4	4	4
33	5	4	4	5	5
34	5	4	4	5	5
35	5	4	4	4	5
36	4	4	4	3	4
37	4	4	4	4	4

38	5	5	4	5	5
39	5	4	4	4	5
40	4	3	4	4	4
41	5	4	4	5	5
42	4	4	4	4	4
43	5	5	5	5	5
44	4	3	4	4	4
45	4	4	4	4	4
46	4	4	4	4	4
47	5	4	4	4	4
48	5	5	5	4	4
49	5	4	5	5	4
50	4	5	5	4	4
51	5	5	4	5	5
52	5	4	4	3	4
53	5	5	5	4	5
54	4	3	4	4	4
55	4	4	5	4	4
56	5	4	4	4	5
57	5	4	4	4	4
58	4	5	5	3	4
59	5	4	5	4	4
60	4	5	5	4	4
62	5	5	5	4	4
62	4	4	4	5	5
63	4	3	3	4	4
64	5	4	5	5	5
65	5	4	4	5	5
66	5	4	4	3	4
67	5	5	4	4	4
68	5	3	4	5	4
69	4	4	4	3	4
70	4	3	4	4	4
71	5	4	4	5	4
72	4	5	4	3	4
73	4	4	5	4	4
74	4	5	5	4	4
75	5	5	5	4	4
76	4	4	4	5	5

77	5	4	5	5	4
78	4	4	4	4	4
79	3	3	3	5	4
80	5	5	5	5	5
81	5	5	4	4	5
82	5	5	4	4	5
83	5	4	4	4	5
84	5	5	5	3	4
85	5	4	5	4	4
86	5	4	4	5	5
87	4	4	4	4	4
88	5	4	5	4	5
89	5	5	5	4	5
90	4	4	4	5	5
91	5	5	5	4	4
92	4	4	4	4	4
93	4	4	4	5	4
94	5	3	5	4	5
95	5	4	4	4	4
96	4	4	4	4	4
97	5	4	4	5	5
98	4	4	4	4	4
99	5	5	5	5	5
100	5	3	4	5	5

Keberhasilan usaha (Y)

No.	P1	P2	P3	P4	P5	P6
1	5	4	5	4	4	5
2	4	4	4	4	4	4
3	5	4	4	5	4	5
4	3	4	5	4	4	5
5	4	4	4	5	4	4
6	3	4	4	4	4	4
7	3	4	4	5	4	4
8	4	4	4	5	4	4
9	4	5	4	5	4	4
10	5	5	5	5	4	4
11	5	4	4	5	5	5
12	5	4	5	4	5	4
13	4	5	5	3	5	5
14	5	4	4	5	4	4
15	4	4	4	3	5	4
16	5	5	5	5	5	5
17	4	5	5	4	5	5
18	4	5	5	4	5	5
19	4	5	5	4	5	5
20	4	5	5	5	5	4
21	5	4	5	4	4	5
22	5	4	5	4	4	5
23	4	4	4	4	4	5
24	4	5	5	5	5	5
25	4	5	5	5	5	5
26	4	4	5	4	5	5
27	4	5	4	5	4	5
28	3	4	4	4	4	4
29	4	5	4	4	4	4
30	5	4	3	5	5	4
31	5	5	5	4	3	4
32	4	5	4	4	4	4
33	5	5	4	4	5	5
34	5	3	5	4	5	4

35	5	5	4	4	4	5
36	4	5	4	4	3	4
37	4	4	5	4	4	4
38	5	5	5	4	5	5
39	5	5	4	4	4	5
40	4	5	4	4	3	4
41	5	5	4	4	5	5
42	4	3	4	4	5	5
43	5	5	5	5	5	4
44	3	5	3	4	3	4
45	4	2	4	5	4	4
46	3	5	4	4	4	4
47	3	5	4	5	4	4
48	4	4	5	5	4	4
49	4	4	4	5	5	4
50	5	3	5	5	4	4
51	5	5	4	4	5	5
52	4	3	4	4	5	5
53	5	5	5	5	5	4
54	3	5	3	4	3	4
55	4	4	4	5	4	3
56	3	5	4	4	4	4
57	3	5	4	5	5	4
58	4	4	5	5	4	4
59	4	4	4	5	5	4
60	5	3	5	5	4	4
62	5	5	5	5	4	4
62	5	4	4	4	5	4
63	4	4	3	3	3	4
64	5	5	4	5	5	5
65	5	4	5	4	4	5
66	4	4	4	4	4	4
67	5	4	4	5	4	5
68	3	4	5	4	4	5
69	4	4	4	5	4	4
70	3	4	4	4	4	4
71	3	4	4	5	4	4
72	4	4	4	5	4	4

73	4	5	4	5	4	4
74	5	5	5	5	4	4
75	5	4	4	5	5	5
76	5	4	5	4	5	4
77	4	5	5	3	5	5
78	5	4	4	5	4	4
79	4	4	4	3	5	4
80	5	5	5	5	5	5
81	4	5	5	4	5	5
82	4	5	5	4	5	5
83	4	5	5	4	5	5
84	4	5	5	5	5	4
85	5	4	5	4	4	5
86	5	4	5	4	4	5
87	4	4	4	4	4	5
88	4	5	5	5	5	5
89	4	5	5	5	5	5
90	4	4	5	4	5	5
91	4	5	4	5	4	5
92	3	4	4	4	4	4
93	4	5	4	4	4	4
94	5	4	3	5	5	4
95	5	5	5	4	3	4
96	4	5	4	4	4	4
97	5	4	5	4	4	5
98	4	4	4	4	4	4
99	5	4	4	5	4	5
100	3	4	5	4	4	5

Regression

[DataSet0]

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Keberhasilan Usaha	26.15	1.888	100
Karateristik Usaha	39.84	2.411	100
Keunggulan Bersaing	21.94	1.716	100

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Keunggulan Bersaing, Karateristik Usaha ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.878 ^a	.770	.765	.914

a. Predictors: (Constant), Keunggulan Bersaing, Karateristik Usaha

b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	271.668	2	135.834	162.501	.000 ^b
	Residual	81.082	97	.836		
	Total	352.750	99			

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

b. Predictors: (Constant), Keunggulan Bersaing, Karakteristik Usaha

Coefficients^a

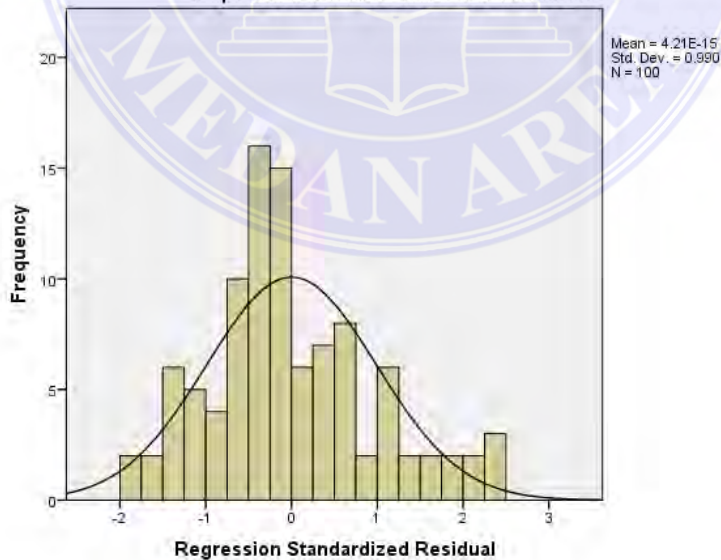
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	Karakteristik Usaha	.883	.054	1.128	16.310	.000	.495	2.019
	Keunggulan Bersaing	.470	.076	-.428	6.183	.000	.495	2.019

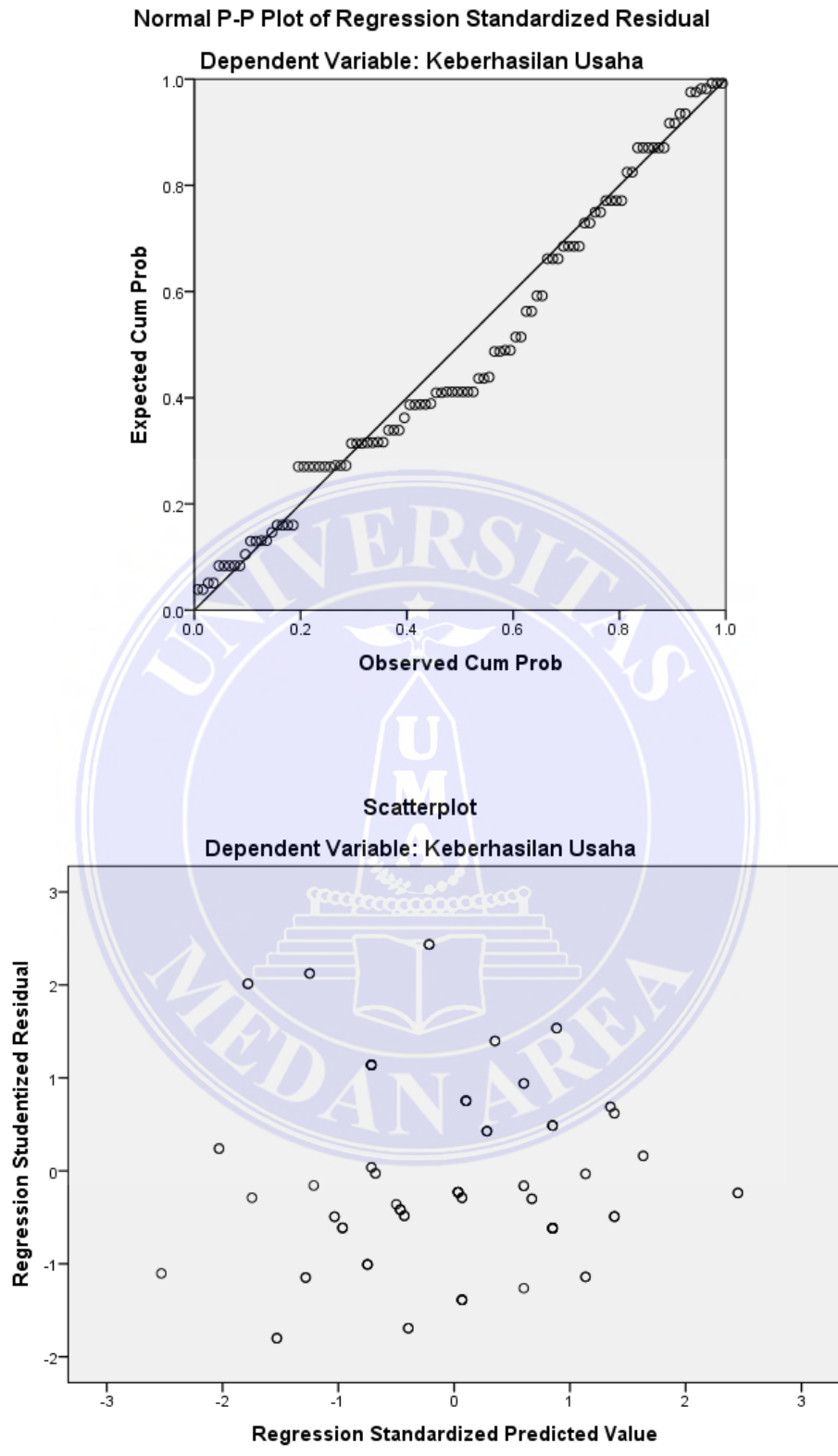
a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Charts

Histogram

Dependent Variable: Keberhasilan Usaha





Rumah Makan Muslim Khairunnisa
Jalan Motung Sibisa No. 27, Toba Samosir, Sumatera Utara

Medan, 19 Oktober 2022

No : **11.003/WSK/2022**
Perihal : **Persetujuan Survey**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area
di

Tempat

Dengan hormat,
Sehubungan dengan surat perihal riset yang akan dilakukan di Rumah Makan Muslim Khairunnisa Menerangkan bahwa :

Nama : Andri Guna Ramadhan
NIM : 168320183

Telah kami setuju untuk mengadakan penelitian di Rumah Makan Muslim Khairunnisa dengan judul penelitian :

“Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Keunggulan bersaing terhadap Keberhasilan Usaha Rumah Makan Muslim Khairunnisa”

Demikian surat balasan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami mengucapkan terimakasih

Pemilik Rumah Makan Muslim Khairunnisa

(Junaidi)

Rumah Makan Muslim Khairunnisa
Jalan Motung Sibisa No. 27, Toba Samosir, Sumatera Utara

Medan, 27 Desember 2022

No : **09.005/WSK/2022**
Perihal : **Selesai Penelitian**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area
di

Tempat

Dengan hormat,
Perihal riset yang dilakukan di Rumah Makan Muslim Khairunnisa Jalan Motung
Sibisa No. 27, Toba Samosir, Sumatera Utara

Nama : Andri Guna Ramadhan
NIM : 168320183
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Benar-benar telah melakukan di Warung Rumah Makan Muslim Khairunnisa untuk menyusun skripsi dengan judul **Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Keunggulan bersaing terhadap Keberhasilan Usaha Rumah Makan Muslim Khairunnisa**

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dipergunakan dengan sebaik-baiknya dan sebagaimana mestinya.

Pemilik Rumah Makan Khairunnisa

(Juniadi)