

**PENGARUH KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN DAN
KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KEBERHASILAN
USAHA PADA PENGUSAHA PAKAIAN
DI PASAR PETISAH MEDAN**

SKRIPSI

OLEH :

**NINDYA ZAMARA
198320349**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 6/6/24

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

**PENGARUH KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN DAN
KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KEBERHASILAN
USAHA PADA PENGUSAHA PAKAIAN
DI PASAR PETISAH MEDAN**

SKRIPSI

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



OLEH :

**NINDYA ZAMARA
198320349**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 6/6/24

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

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN DAN
KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA
PENGUSAHA PAKAIAN DI PASAR PETISAH MEDAN

Nama : Nindya Zamara

NPM 198320349

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh:

Komisi Pembimbing

Pembanding

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

(Riza Fanny Meutia, SE, MM)

Pembimbing

Pembanding

Mengetahui :

(Alham Rafiki, BBA, MMgt., Ph.D, CIMA)

(Dr. Indawati Lestari, SE, M.Si)

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Ka. Prodi Manajemen

Tanggal Lulus : 28 Maret 2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat 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 di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 20 Januari 2024



Nindya Zamara

198320349

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Nindya Zamara

NPM : 198320349

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenis karya : Skripsi

Demi 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 KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA PENGUSAHA PAKAIAN DI PASAR PETISAH MEDAN** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada tanggal : 20 Januari 2024

Yang Menyatakan



Nindya Zamara

RIWAYAT HIDUP



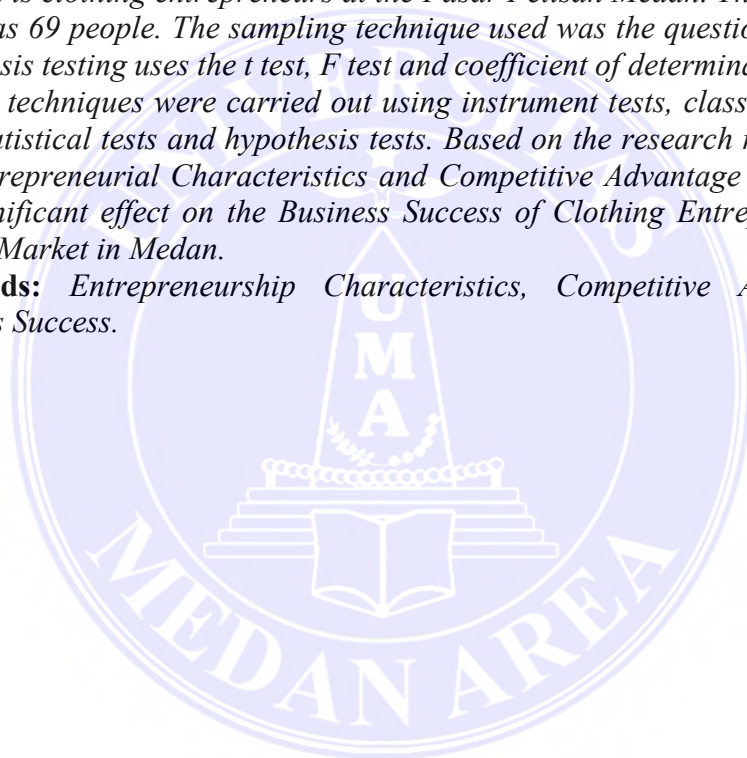
Nama	Nindya Zamara
Npm	198320349
Tempat, Tanggal Lahir	Medan, 19 Desember 2001
Nama Orang Tua	
Ayah :	Ir. Iman Bakti
Ibu :	Soekarningsih S. Si
Riwayat Pendidikan :	
SD	SD Dharma Wanita Medan
SMP	SMP Negeri 1 Medan
SMA	SMA Negeri 3 Medan
No HP/ WA	0895613192842
Email	nindyazamara@gmail.com

ABSTRACT

The Effect of Entrepreneur Characteristics and Competitive Advantages for Business Success in Clothing Entrepreneurs at Pasar Petisah Medan

This research aims to determine and analyze the influence of Entrepreneur Characteristics and Competitive Advantage on Business Success among Clothing Entrepreneurs at Pasar Petisah Medan. This research uses quantitative methods, the research instrument is a Likert scale questionnaire. The population used in this research is clothing entrepreneurs at the Pasar Petisah Medan. The sample in this study was 69 people. The sampling technique used was the questionnaire method. Hypothesis testing uses the t test, F test and coefficient of determination (R²). Data analysis techniques were carried out using instrument tests, classical assumption tests, statistical tests and hypothesis tests. Based on the research results, it shows that Entrepreneurial Characteristics and Competitive Advantage have a positive and significant effect on the Business Success of Clothing Entrepreneurs in the Petisah Market in Medan.

Keywords: *Entrepreneurship Characteristics, Competitive Advantage and Business Success.*



ABSTRAK

Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pengusaha Pakaian Di Pasar Petisah Medan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pengusaha Pakaian di Pasar Petisah Medan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, instrument penelitian berupa kuesioner berskala likert. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengusaha pakaian pada Pasar Petisah Medan. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 69 orang. Teknik penentuan sampel yang digunakan yaitu dengan metode kuesioner. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2). Teknik analisis data yang dilakukan dengan menggunakan Uji instrument, Uji Asumsi Klasik, Uji Statistik dan Uji Hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Karakteristik Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pengusaha Pakaian di Pasar Petisah Medan.

Kata Kunci: Karakteristik Kewirausahaan, Keunggulan Bersaing dan Keberhasilan Usaha.

KATA PENGANTAR

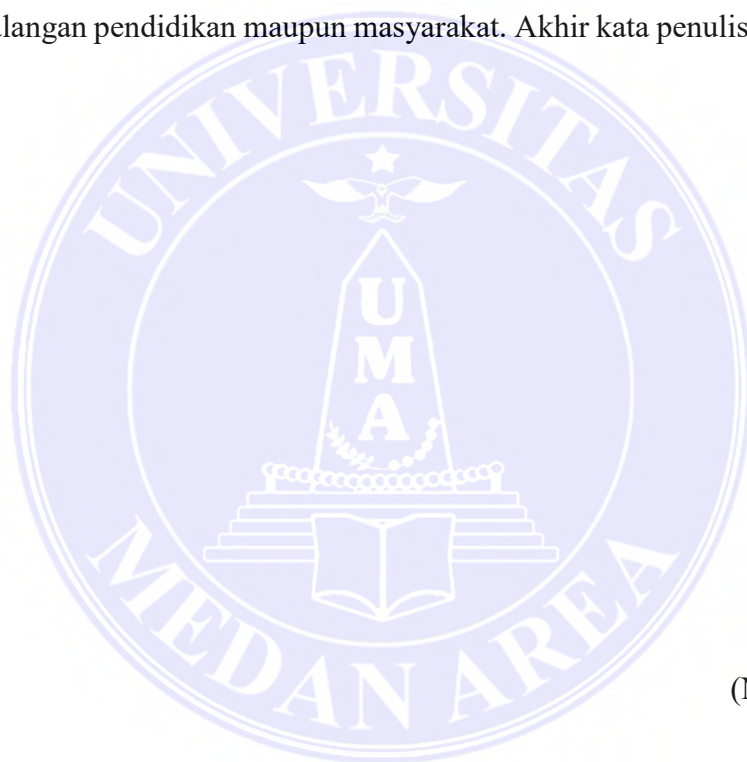
Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala berkah dan limpahan rahmat-Nya serta sholawat dan salam kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Bersaing Pada Pengusaha Pakaian Di Pasar Petisah Medan”**.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan dan saran dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Maka dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki BBA (Hons), MMgt, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Indawati Lestari, SE, M,Si selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
4. Ibu Nindya Yunita, S,Pd, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang banyak memberikan bimbingan dan arahan.
5. Ibu Riza Fanny Meutia, SE, MM selaku Dosen Pembimbing atas masukan yang diberikan.
6. Ibu Khairunnisak SM, MM selaku Sekretaris atas masukan yang diberikan.

7. Kedua orang tua, Bapak Iman Bakti dan Ibu Soekarningsih yang telah memberikan dukungan dan doa sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap tugas skripsi ini dapat bermanfaat baik untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.



Penulis

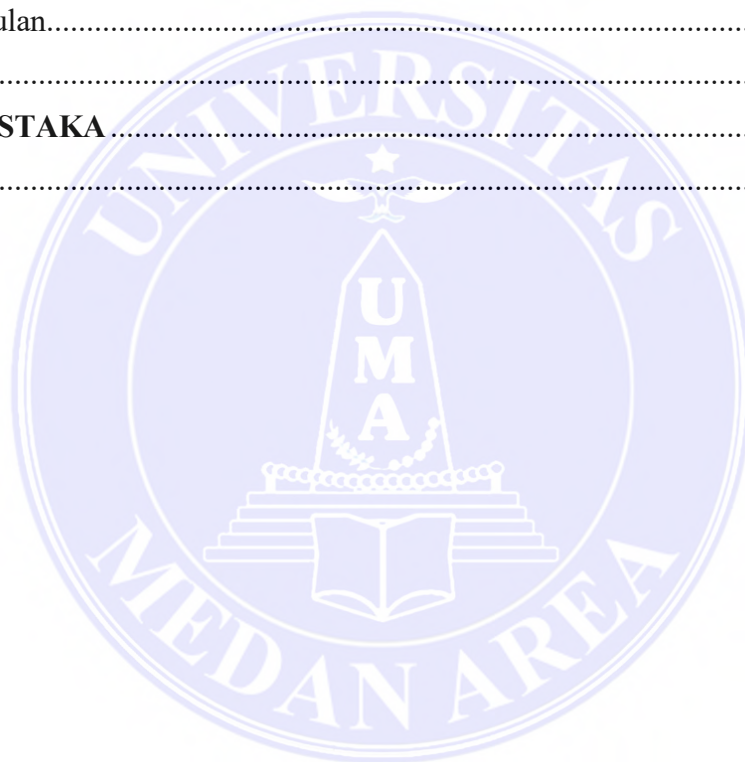
(Nindya Zamara)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
HALAMAN PENGESAHAN.....
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
RIWAYAT HDUP
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Karakteristik Kewirausahaan	10
2.1.1.1 Pengertian Karakteristik Kewirausahaan	10
2.1.1.2 Jenis - jenis Karakteristik Kewirausahaan	11
2.1.1.3 Faktor – Faktor Karakteristik Kewirausahaan	12
2.1.1.4 Indikator Karakteristik Kewirausahaan	13
2.1.2 Keunggulan Bersaing	14
2.1.2.1 Jenis – jenis Keunggulan Bersaing.....	15
2.1.2.2 Metode Keunggulan Bersaing.....	16
2.1.2.3 Indikator Keunggulan Bersaing.....	18
2.1.3 Keberhasilan Usaha	19
2.1.3.1 Indikator Keberhasilan Usaha.....	19

2.2	Penelitian Terdahulu.....	20
2.3	Kerangka Konseptual	24
2.4	Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....		27
3.1	Jenis Penelitian	27
3.2	Objek Dan Waktu Penelitian	27
3.3	Definisi Operasional Dan Instrumen Penelitian	28
3.4	Populasi Dan Sampel.....	29
3.4.1	Populasi	29
3.4.2	Sampel.....	30
3.5	Metode Pengumpulan Data	31
3.5.1	Jenis Data	31
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data	32
3.6	Metode Analisis Data	32
3.6.1	Uji Instrumen.....	32
3.6.1.1	ji Validitas	33
3.6.1.2	Uji Reliabilitas	34
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	35
3.6.2.1	Uji Normalitas	35
3.6.2.2	Multikolinearitas	35
3.6.2.3	Heteroskedastisitas	36
3.6.3	Uji Statistik.....	36
3.6.3.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	36
3.6.4	Uji Hipotesis.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
4.1.1	Distribusi Frekuensi.....	39
4.1.1.1	Identitas Responden	39
4.2	Pengujian Hipotesis	52
4.2.1	Uji Asumsi Klasik	52
4.2.1.1	Uji Normalitas	52
4.2.1.2	Uji Multikolinearitas	54
4.2.1.3	Uji Heterokedastisitas.....	55
4.2.1.4	Uji Analisis Regresi Linear Berganda	56
4.2.3	Uji Hipotesis.....	59

4.2.3.1 Uji T (parsial)	59
4.2.3.2 Uji Simultan (Uji F)	60
4.3.4.3 Koefisien Determinasi (R^2) atau R-square	62
4.3 Pembahasan.....	63
4.3.1 Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pengusaha Pakaian di Pasar Petisah Medan.....	63
4.3.2 Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha Pengusaha Pakaian di Pasar Petisah Medan.....	64
4.3.3 Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha Pengusaha Pakaian di Pasar Petisah Medan	65
BAB V PENUTUP	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	73



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Pengusaha di Pasar Petisah Medan.....	6
Tabel 1. 2 Data Pra-Survey Penelitian.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	28
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	29
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas	33
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	34
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Menurut Usia.....	40
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	41
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Menurut Lama Usaha.....	41
Tabel 4. 4 Skala Nilai	43
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Variabel Karakteristik Kewirausahaan (X1)	43
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Variabel Keunggulan Bersaing (X2).....	46
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Variabel Keberhasilan Usaha (Y).....	49
Tabel 4. 8 Normalitas Kolgomorov-Smirnov	53
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
Tabel 4. 11 Hasil Uji t (Parsial)	59
Tabel 4. 12 Hasil Uji F (Simultan)	61
Tabel 4. 13 Hasil Uji Determinasi atau R-Square	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	25
Gambar 4. 1 Histogram	53
Gambar 4. 2 P-Plot	54
Gambar 4. 3 Scatterplot.....	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 (Kuesioner Penelitian).....	73
Lampiran 2 (Tabulasi Responden).....	77
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas.....	83
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	86
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	88
Lampiran 6 Uji Multikolinearitas	89
Lampiran 7 Uji Heterokedastisitas	90
Lampiran 8 Uji Regresi Linear Berganda.....	90
Lampiran 9 Uji Hipotesis	90
Lampiran 10 Surat Pengantar Riset dari Fakultas	92
Lampiran 11 Surat Selesai Riset dari PT.Gunung Karya Kencana Sentosa.....	93

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Wirausaha secara sejarah sudah lama dikenal sejak diperkenalkan oleh Richard Castillon pada tahun 1755. Di luar negeri, istilah kewirausahaan telah dikenal sejak abad 16, sedangkan di Indonesia baru dikenal pada akhir abad 20. Pendidikan kewirausahaan mulai dirintis sejak 1950-an di beberapa negara seperti Eropa, Amerika, dan Kanada. Bahkan sejak 1970-an banyak universitas yang mengajarkan kewirausahaan atau manajemen usaha kecil.

Kemudian sejalan dengan perkembangan dan tantangan seperti adanya krisis ekonomi, pemahaman kewirausahaan baik melalui pendidikan formal maupun pelatihan-pelatihan di segala lapisan masyarakat Indonesia kewirausahaan menjadi berkembang hingga seperti saat ini.

Menurunnya jumlah ketersediaan lapangan pekerjaan dan tingginya tingkat persaingan kerja saat ini menjadi dorongan masyarakat untuk membuka usaha sendiri dalam skala kecil ataupun besar yang disebut dengan berwirausaha. Fenomena tersebut telah mengubah paradigma pemikiran setiap orang dari mencari kerja menjadi membuat lapangan kerja sendiri seperti berwirausaha. Dengan menjadi wirausaha, seseorang bertujuan untuk dapat mempertahankan hidupnya dan juga bisa memberikan manfaat bagi diri sendiri maupun bagi orang lain. Salah

satu jenis wirausaha yang banyak dilakukan ialah usaha mikro kecil menengah (UMKM).

Badan Pusat Statistik Kota Medan (2022) menyebutkan jumlah pelaku UMKM pada tahun 2019 terdapat 1.206 UMKM, lalu pada tahun 2020 jumlah pelaku UMKM bertambah menjadi 16.620 UMKM dan pada tahun 2021 pelaku UMKM bertambah menjadi 27.763. Pada tahun 2022 jumlah pelaku UMKM juga mengalami peningkatan menjadi 38.343 UMKM. Jumlah UMKM di Kota Medan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan khususnya pada tahun 2020-2022, hal itu disebabkan oleh adanya pandemi covid-19 yang menyebabkan banyak masyarakat di PHK sehingga mereka membuka usaha sendiri terus bertahan hidup di era pandemi tersebut.

Persaingan pun semakin tinggi dengan seiring bertambahnya UMKM yang ada di Kota Medan, karena itu wirausahawan harus memiliki strategi dalam berjualan agar usahanya dapat unggul. Berbagai macam cara dilakukan para usaha untuk mendapatkan pelanggan tetap mulai dari berjualan secara online, mempromosikan produk usaha melalui artis – artis terkenal ataupun memberikan promo besar agar masyarakat tertarik untuk membeli dan menjadi pelanggan tetap.

Seperti yang dikemukakan oleh Suryana (2011) “Untuk menjadi wirausaha yang sukses harus memiliki ide atau visi bisnis yang jelas, kemudian ada kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko baik waktu maupun uang”. Erliah (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”.

Ada pun keberhasilan usaha menurut (Suryana, 2013) ialah sebuah keberhasilan dalam usaha dapat ditentukan oleh faktor – faktor yang mencakup hal seperti kemampuan dan kemauan, tekad yang kuat dan kerja keras, adanya kesempatan dan peluang.

Menurut Heflin (2011) , wirausaha sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu wilayah karena kontribusi wirausaha dalam kehidupan bermasyarakat telah banyak memberikan peran besar untuk usaha mengatasi masalah sosial ekonomi seperti pengangguran dan kemiskinan dengan menciptakan lapangan kerja sendiri. Untuk membangun lapangan kerja tentu diperlukan kriteria kewirausahaan yang baik agar usaha yang dibangun pun dapat berjalan lancar. Seorang wirausahawan harus mampu memberikan solusi wirausaha tepat untuk masalah yang sedang terjadi. Solusi yang diberikan juga benar-benar sesuai dengan kebutuhan dari bisnis yang dijalankan. Dengan menciptakan solusi yang tepat, produk atau jasa yang Anda tawarkan akan lebih mudah diterima oleh pasar.

Heflin (2011) juga mengatakan bahwa wirausahawan juga harus cerdas dalam mengambil kesempatan. Persaingan yang sangat ketat dalam wirausaha akan membuat bisnis penjualan menjadi lambat. Oleh karena itu, wirausahawan harus cepat mengambil kesempatan yang ada agar tidak tertinggal dengan kompetitor atau pesaing lain.

Karena itu keunggulan bersaing diperlukan dalam menjalankan suatu usaha bisnis. Selain karakteristik wirausaha, karakteristik usaha juga menentukan kesuksesan usaha. Karakteristik usaha meliputi asal muasal usaha, sumber modal dan skala usaha.

Seorang wirausahawan yang memulai usaha atas inisiatifnya sendiri memiliki kemungkinan lebih berhasil dari wirausahawan yang meneruskan usaha orang tuanya. Wirausahawan yang memulai usahanya dari nol mengalami proses belajar yang mengasah kompetensinya sebagai seorang wirausaha. Seiring berjalannya waktu, usaha akan semakin berkembang, dari usaha yang sangat kecil kemudian terus meningkat. Semakin lama usaha berjalan maka semakin banyak pengalaman sehingga semakin menikmati kesuksesan (Kristiansen, Furuholt, dan Wahid 2003).

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), keunggulan kompetitif atau keunggulan bersaing adalah keunggulan terhadap pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih rendah maupun dengan memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi. Penggunaan teori ini, harus bisa mempertimbangkan aspek-aspek apa saja yang akan ditawarkan dengan nilai rendah namun mendapatkan manfaat yang lebih besar. Misalnya menawarkan biaya pendaftaran yang murah namun program yang dilaksanakan tetap bagus bahkan mungkin sama dengan program yang biayanya mahal.

Seiring berkembangnya bisnis dan usaha di Kota Medan, terlihat dari banyaknya UMKM yang memiliki ide beragam dalam wirausaha seperti menjual makanan, pakaian, dan lainnya. Kini banyak toko pakaian di sepanjang Kota Medan yang menjual pakaian – pakaian trendy untuk kalangan menengah hingga keatas. Karena banyaknya wirausahawan yang membuka usaha pakaian di Kota Medan, hal ini membuat persaingan sangat ketat dalam menjual pakaian. Strategi dan kesabaran wirausahawan dibutuhkan agar usaha yang dibangun dapat berkembang.

Salah satu tempat penjualan pakaian terbesar di Kota Medan ialah Pasar Petisah. Pasar Petisah merupakan salah satu pasar yang cukup terkenal di Kota Medan. Pasar Petisah didirikan pada Tahun 1996. Pada tahun 2000 dilakukan renovasi pada Pasar Petisah yang membuat minat konsumen meningkat untuk datang dan berbelanja di Pasar Petisah. Namun tidak selamanya masa kejayaan Pasar Petisah ini dapat bertahan. Dengan seiring berkembangnya Kota Medan, kini terdapat banyak wirausahawan diluar Pasar Petisah yang menjual beragam pakaian yang lebih menarik minat konsumen. Mulai dari toko pakaian pada mall dan juga toko diluar dari Pasar Petisah. Sebagian konsumen juga beralih berbelanja di online store yang lebih mudah untuk dijangkau.

Juang Naibaho (2020) menyampaikan informasi pada Tribun Medan bahwa kondisi Pasar Petisah semakin memburuk saat terjadinya pandemi Covid 19 pada awal tahun 2020. Semua toko yang ada di Pasar Petisah mendadak sepi pelanggan, beberapa toko sulit mendapatkan pemasukan untuk menutup biaya sewa toko mereka dan tidak sedikit toko yang terpaksa menutup usahanya dan kabur tanpa membayar uang sewa toko. Beberapa toko yang bertahan hingga saat ini tentu sudah mengalami pasang surut dalam menjalankan usahanya di Pasar Petisah Medan.

Toko yang masih bertahan membuktikan bahwa dengan memiliki strategi pemasaran yang baik dan juga tidak mudah menyerah saat terjadinya penurunan omset. Menciptakan strategi usaha agar mencapai kesuksesan, tidak mudah menyerah dan memiliki inovasi terdepan menjadi hal yang patut dimiliki oleh setiap wirausahawan yang menjadikan karakteristik tersebut masuk ke dalam kategori karakteristik kewirausahaan yang dibutuhkan agar usaha dapat lebih unggul dan

bertahan saat adanya persaingan. Toko – toko pakaian yang ada dipetisah saat ini merupakan generasi kedua yang sudah berjualan dipetisah selama lebih dari 10 tahun.

Tabel 1. 1 Data Jumlah Pengusaha di Pasar Petisah Medan

No	Jenis Usaha	Jumlah Toko
1.	Toko sepatu	10
2.	Toko Pakaian	220
3.	Toko kosmetik	5
4.	Toko emas	20
5.	Toko aksesoris	5

Tabel diatas merupakan data dari jumlah pengusaha yang ada di Pasar Petisah Medan. Dapat di lihat bahwa pengusaha pakaian jumlahnya lebih banyak daripada pengusaha lainnya, toko pakaian juga merupakan minat terbesar masyarakat untuk datang dan berbelanja di Pasar Petisah Medan. Maka karena itu penulis memutuskan untuk meneliti pengusaha pakaian di Pasar Petisah Medan.

Tabel 1. 2 Data Pra-Survey Penelitian

No.	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju
1.	Toko saya mengalami peningkatan omset selama setahun terakhir	6	3
2.	Saya sering berdiskusi dengan karyawan dalam menjalankan usaha	9	0
3.	Saya memiliki rencana dalam mencapai kesuksesan usaha	9	0
4.	Toko saya menyediakan produk lebih unggul dibanding pesaing	9	0
5.	Toko saya ramai pengunjung selama setahun terakhir	6	3

Hasil yang didapatkan dari data pra-survey pada 9 pengusaha pakaian di Pasar Petisah menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan diperlukan dalam menjalankan usaha dan keunggulan dalam bersaing sangat dibutuhkan agar usaha yang dijalankan dapat lebih berkembang.

Agar dapat mengetahui bagaimana keberhasilan usaha yang dijalankan pengusaha pakaian di Pasar Petisah Medan, maka perlu dilakukan identifikasi yang mempengaruhi keberhasilan usaha dari data jurnal yang telah diteliti terlebih dahulu antara lain :

Salah satu jurnal oleh Dewi (2022) menyebutkan orientasi kewirausahaan wajib dipunyai oleh semua pelaku bisnis tanpa pengecualian. Selain orientasi wirausaha dapat mempengaruhi keberhasilan wirausaha, faktor keunggulan bersaing juga merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi keberhasilan wirausaha. Penulis menduga keberhasilan usaha dipengaruhi oleh orientasi wirausaha dan keunggulan bersaing. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis melakukan penelitian dengan judul yang serupa yaitu **“Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pengusaha Pakaian di Pasar Petisah Medan”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, dapat disimpulkan bahwa Pasar Petisah yang semulanya ramai dan menjadi pusat perbelanjaan mengalami penurunan pengunjung secara drastis. Namun cukup banyak toko – toko yang masih

bertahan dan bahkan saat ini masih dalam masa kejayaannya. Karena itu penulis tertarik untuk meneliti wirausahawan yang ada pada Pasar Petisah untuk mengetahui adakah pengaruh yang diberikan oleh karakteristik dan keunggulan bersaing yang dimiliki oleh para pengusaha pakaian di Pasar Petisah.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah karakteristik kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha?
2. Apakah keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha?
3. Apakah karakteristik kewirausahaan dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijabarkan di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah karakteristik kewirausahaan dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Pengusaha Pakaian di Pasar Petisah.
2. Untuk mengetahui apakah keunggulan bersaing dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Pengusaha Pakaian di Pasar Petisah.

3. Untuk mengetahui apakah karakteristik kewirausahaan dan keunggulan bersaing dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Pengusaha Pakaian di Pasar Petisah.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan serta wawasan penelitian mengenai pengaruh dari karakteristik wirausahawan dan keunggulan persaingan agar memperoleh keberhasilan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan para wirausahawan dalam mencapai keberhasilan usaha mereka.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber referensi bagi penulis lain untuk digunakan sebagai bahan pertimbangan dan tambahan dalam penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Karakteristik Kewirausahaan

2.1.1.1 Pengertian Karakteristik Kewirausahaan

Karakteristik kewirausahaan adalah watak, karakter atau perilaku yang ada pada diri seorang wirausahawan dalam membangun serta mengelola usahanya. Wirausahawan yang memiliki karakteristik kewirausahaan mampu menjalankan bisnisnya walaupun banyak faktor – faktor yang menghambat. Jika sudah memiliki karakteristik tersebut tentu saja wirausahawan memiliki sifat yang bertanggung jawab dan juga inovatif, hal itu yang membuat bisnis mereka dapat bertahan ditengah banyaknya penurunan ekonomi yang terjadi.

Karakteristik seorang wirausaha akan menentukan keberhasilan dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya. Karakteristik itu seperti percaya diri dan optimis, berani mengambil risiko dan menyukai tantangan, inisiatif, berani tampil beda, berorientasi pada hasil dan wawasan kedepan (Suryana, 2016)

Karakteristik wirausaha (*entrepreneur*) adalah seseorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil risiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungann dan pertumbuhan dengan cara menidentifikasi peluang yang

signifikan dan menggabungkan sumber-sumber daya yang diperlukan sehingga sumber-sumber daya itu bisa dikapitalisasikan (Suryana dan Bayu, 2012).

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

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

2.1.1.2 Jenis – jenis Karakteristik Kewirausahaan

Menurut Scarborough dan Zimmer (2006) wirausahawan memiliki delapan karakteristik khusus. Karakteristik tersebut meliputi:

1. Desire for responsibility

Memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya. Seorang yang memiliki rasa tanggung jawab akan selalu mawas diri.

2. Preference for moderate risk

Lebih memilih risiko yang moderat, artinya ia selalu menghindari risiko yang rendah dan menghindari risiko yang tinggi.

3. Confidence in their ability to success

Percaya dengan kemampuan yang terdapat pada dirinya agar berhasil dan mencapai tujuannya untuk sukses.

4. *Desire for immediate feedback*

Dapat menghendaki umpan balik yang segera.

5. *High level of energy*

Memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.

6. *Future orientation*

Memiliki orientasi pada masa depan, perspektif, dan berwawasan jauh ke depan.

7. *Skilll at organizing*

Memiliki keterampilan untuk mengatur sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.

8. *Value of achievement over money*

Dapat menilai prestasi dengan uang.

2.1.1.3 Faktor – Faktor Karakteristik Kewirausahaan :

Wirausahawan sukses menurut Purwana dan Wibowo (2017) diantaranya sebagai berikut :

1. Selalu ramah terhadap semua pihak
2. Berpenampilan menyenangkan
3. Dapat memuji pihak lain
4. Berkomunikasi dengan baik pada semua pihak
5. Mempunyai kemampuan dalam kepemimpinan (internal dan eksternal)
6. Menjalankan fungsi-fungsi manajemen

7. Berjiwa besar dan berjiwa wirausaha

1.1.1.4 Indikator Karakteristik Kewirausahaan

Menurut Winarno (2001) indikator karakteristik kewirausahaan ialah sebagai berikut :

1. Keinginan berprestasi

Keinginan berprestasi merupakan sebuah keinginan untuk sukses dengan memanfaatkan sumber daya atau kekuatan yang ada demi hasil yang nantinya mengalami perbaikan-perbaikan kearah yang lebih baik (Dwijayanti, 2015).

2. Kemampuan manajemen

Winardi (2005) mendefinisikan kemampuan manajerial adalah kesanggupan mengambil tindakan – tindakan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditetapkan.

3. Tanggung Jawab pribadi

Tanggung jawab pribadi menuntut kesadaran setiap orang untuk memenuhi kewajibannya sendiri dalam mengembangkan kepribadian sebagai manusia pribadi. Dengan demikian bisa memecahkan masalah-masalah kemanusiaan mengenai diri sendiri (Yanuarti, 2021).

4. Berani mengambil resiko

Karakteristik percaya diri dan keberanian dalam mengambil risiko menduduki urutan tertinggi dibanding dengan hal lainnya seperti kepemimpinan,

kreativitas, inovasi dan orientasi. Pengambilan risiko sangat membutuhkan kepercayaan diri yang mendalam. Keyakinan akan kemampuan yang semakin besar akan membuat semakin besar keyakinan akan kesanggupan untuk berhasil. Keyakinan akan kesanggupan tersebut membuat semakin besar kesediaan mencoba sesuatu yang justru menurut orang lain dianggap sebagai risiko (Oktavia dan Trimeiningrum, 2018).

5. Berinovasi

Inovasi adalah kegiatan yang meliputi seluruh proses menciptakan dan menawarkan jasa atau barang baik yang sifatnya baru, lebih baik atau lebih murah dibandingkan dengan yang tersedia sebelumnya (Suwarno, 2008).

2.1.2 Keunggulan Bersaing

Porter (2014) mengatakan bahwa keunggulan bersaing adalah jantung kinerja wirausaha di dalam pasar yang bersaing, namun setelah adanya perluasan dan kemakmuran yang hebat mengakibatkan banyak wirausaha kehilangan pandangan mengenai keunggulan bersaing dalam upaya perjuangan untuk lebih berkembang dalam mengejar diversifikasi.

Competitive advantage adalah keuntungan lebih dari pesaing yang didapatkan dengan menawarkan konsumen pada nilai yang lebih besar, baik dengan penawaran harga yang lebih rendah atau dengan memberikan keuntungan lebih pada layanan konsumen dengan harga yang lebih tinggi. Keunggulan bersaing merupakan suatu hal yang membuat barang dan jasa suatu entitas lebih unggul dari semua pilihan yang ada atau suatu keadaan ketika sebuah perusahaan memiliki

penawaran lebih baik yang tidak dimiliki oleh pesaingnya. Istilah ini sangat umum digunakan dalam bisnis, strateginya juga berlaku dalam organisasi, negara, atau individu dalam lingkungan yang kompetitif. (Dirgantoro, 2001)

2.1.2.1 Jenis – jenis Keunggulan Bersaing

Porter (2014) menjelaskan bahwa sebuah perusahaan harus menciptakan tujuan, strategi, dan operasi yang jelas untuk membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Budaya perusahaan dan nilai-nilai karyawan harus sejalan dengan tujuan tersebut. Porter meneliti ratusan perusahaan untuk mengidentifikasi tiga cara utama perusahaan mencapai *competitive advantage*, yaitu *cost leadership*, diferensiasi, dan fokus.

1. *Cost leadership*

Cost leadership artinya perusahaan memberikan nilai yang standar dengan harga yang lebih rendah. Perusahaan melakukannya dengan terus meningkatkan efisiensi operasional, misalnya dengan membayar upah/gaji karyawan yang lebih rendah. Beberapa perusahaan mengkompensasi upah yang lebih dengan menawarkan fasilitas tidak berwujud seperti opsi saham, tunjangan, atau peluang promosi. Sementara lainnya mengambil keuntungan dari surplus tenaga kerja tidak terampil. Seiring pertumbuhan bisnis ini, mereka mendapatkan manfaat dari skala ekonomi, kemudian mampu membeli dalam jumlah besar. Walmart dan Costco adalah dua contoh keunggulan bersaing yang diperoleh dengan membayar upah/gaji karyawan lebih rendah.

2. Diferensiasi

Diferensiasi berarti perusahaan memberikan manfaat yang lebih baik. Sebuah perusahaan dapat mencapai diferensiasi dengan menyediakan produk yang unik atau berkualitas tinggi. Memasarkan dengan cara yang menjangkau pelanggan dengan lebih baik. Perusahaan dengan strategi diferensiasi dapat menyasar harga premium, dimana biasanya margin yang dimiliki jauh lebih tinggi. Perusahaan biasanya mencapai diferensiasi dengan inovasi, kualitas, atau layanan pelanggan. Inovasi berarti mereka memenuhi kebutuhan yang sama dengan cara baru.

3. Fokus

Fokus artinya para pemimpin perusahaan memahami dan melayani pasar sasaran mereka lebih baik dari kompetitor. Kunci dari strategi fokus yang sukses adalah memiliki target pasar yang sangat spesifik. Misalnya, bank komunitas menggunakan strategi fokus untuk mendapatkan keunggulan bersaing. Mereka menargetkan bisnis kecil lokal atau individu yang memiliki tingkat kekayaan tinggi. Target audiens mereka menyukai layanan spesial yang tidak dapat diberikan oleh bank - bank besar, dan para pelanggan rela membayar sedikit lebih mahal untuk mendapatkan layanan ini.

2.1.2.2 Metode Keunggulan Bersaing

Chen Yuanita (2022) menyampaikan bahwa untuk mendapatkan keunggulan bersaing, diperlukan berbagai cara yang harus dilakukan terlebih dahulu, yaitu :

1. Menganalisis pasar

Market research atau analisis pasar adalah sebuah kegiatan penting yang bertujuan untuk melihat apa yang tengah dibutuhkan pasar sekarang ini dan apa yang sanggup perusahaan tawarkan demi mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya. Dengan melakukan analisis pasar, para produsen bisnis dapat terhindar dari inefisiensi karena sudah memiliki gambaran akan apa yang telah terjadi di pasar.

2. Identifikasi kekuatan internal

Setelah melakukan *market research*, produsen bisa melihat kekuatan internal apa yang ia miliki sehingga mampu mengisi kekosongan yang ada di pasar demi memenuhi kebutuhan konsumen. Di fase ini, produsen dituntut untuk menjadi konsisten dengan apa yang sudah dilakukan.

3. Menentukan strategi

Selain menentukan kekuatan internal perusahaan, produsen juga harus menentukan strategi yang diinginkan. Sebagai contoh, membuat diferensiasi produk, membuat produk lebih unggul dibanding pesaing. Beberapa strategi yang dapat dilakukan bisnis demi mencapai *competitive advantage* ialah strategi diferensiasi, strategi kepemimpinan biaya, pendekatan terfokus, strategi pencitraan merek, keuntungan jaringan dan keuntungan sumber daya.

4. Evaluasi

Evaluasi ini dilakukan selama proses produksi, tujuannya untuk meninjau kembali apakah produk atau jasa yang dibuat memiliki standar atau kualitas yang lebih baik dari para pesaing.

2.1.2.3 Indikator Keunggulan Bersaing

Indikator keunggulan bersaing menurut sudut pandang Li dan Thatte (2006) adalah sebagai berikut :

1. Harga

Menurut Hasan (2014) harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk.

2. Kualitas

Ghozali (2016) mengemukakan bahwa kualitas adalah kemampuan suatu produk untuk memenuhi fungsi – fungsinya

3. *Delivery Dependability*

Menurut Li dan Thatte (2006) perusahaan dikatakan telah memiliki keunggulan bersaing dalam aspek *delivery dependability* apabila perusahaan tersebut mampu memenuhi permintaan pelanggannya secara tepat, baik dalam hal jumlah, jenis produk, dan waktu.

4. Inovasi Produk

Li dan Thatte (2006) menyatakan bahwa suatu perusahaan telah melakukan inovasi produk apabila perusahaan tersebut mampu memperkenalkan produk atau fitur baru ke dalam pasar. Produk yang inovatif ini diyakini mampu meraih pangsa pasar yang lebih baik dibandingkan produk tanpa inovasi.

5. *Time to Market*

Time to market diartikan sebagai seberapa lama sebuah bisnis untuk dapat mengenali peluang pasar dan menterjemahkan ke dalam bentuk produk ataupun jasa dan membawa produk dan jasa tersebut ke pasar (Pradhan, 2006).

2.1.3 Keberhasilan Usaha

Keberhasilan dalam usaha merupakan sesuatu hal yang utama dari sebuah perusahaan, dimana segala aktivitas ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. Dalam pengertian umum, keberhasilan menunjukkan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul dari pada masa sebelumnya. Keberhasilan dijadikan tolak ukur dari segala upaya dan kerja keras dari suatu kegiatan. Pengukuran keberhasilan usaha dapat berbedanya antara satu usaha dengan yang lain atau antara satu pemilik dengan pemilik usaha yang lainnya. Namun, keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari data subjektif ataupun objektif atas berbagai aspek, misalnya berdasarkan tingkat kedatangan pelanggan, pertumbuhan laba bersih, dan waktu yang dibutuhkan untuk mencapai titik impas usaha atau *Break Even Point* (BEP) (Nuritha, 2013).

2.1.3.1 Indikator Keberhasilan Usaha

Menurut Suryana (2016) indikator Keberhasilan Usaha ialah sebagai berikut:

1. Modal

Menurut Bambang (2010), modal itu tidak selalu sama dengan uang, tapi bisa dikatakan modal merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menghasilkan barang atau jasa.

2. Pendapatan

pendapatan adalah suatu hasil yang diterima seseorang, perusahaan atau rumah tangga dari berusaha atau bekerja yang berupa, uang maupun barang yang diterima atau dihasilkan dalam jangka waktu tertentu (Sari, 2019).

3. Volume penjualan

Rangkuti (2009) mengatakan bahwa volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan adalah hasil yang dicapai oleh perusahaan atau instansi dari waktu ke waktu pada umumnya tetap, tetapi selalu turun naik.

4. Output produksi

Output adalah barang dan jasa yang dihasilkan dari suatu proses produksi, kemudian diketahui bahwa fungsi produksi merupakan hubungan teknis antara faktor produksi dengan hasil produksi (Ridha, 2017).

5. Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat (Hakim dan Prajanti, 2019).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu akan memudahkan penulis dalam menentukan langkah-langkah yang sistematis untuk penyusunan penelitian dari segi teori dan

konsep. Penelitian terdahulu dapat digunakan sebagai acuan atau referensi untuk memudahkan dalam membuat penelitian secara keseluruhan (Afrianto, 2021).

Penulisan penelitian ini akan penulis coba kaitkan dengan beberapa karya ilmiah terdahulu, sehingga akan didapatkan keterkaitan dengan karya ilmiah diatas.

Adapun karya ilmiah yang penulis maksud adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel penelitian	Hasil Penelitian
1.	Wana Mulyana dan Wan dian Safina (2022)	Pengaruh Karakter Wirausaha Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Wirausaha Pada Umkm Sapu Ijuk Desa Medan Senembah Tanjung Morawa	Karakteristik Wirausaha (X1), Keunggulan Bersaing (X2), Keberhasilan Usaha (Y)	Penelitian yang telah dilakukan menunjukkan hasil bahwa faktor karakter wirausaha dan keunggulan bersaing memberikan pengaruh terhadap keberhasilan wirausaha pada UMM sapu ijuk yang ditunjukkan dari hasil regresi berganda.
2.	(Suhartini, 2021)	Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Warung Kelontong Di Kasihan Bantul Yogyakarta.	Karakteristik Wirausaha (X1), Orientasi Kewirausahaan (X2), Keberhasilan Usaha (Y)	Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa keduanya independen latar belakang variabel yaitu karakteristik kewirausahaan (X1), dan orientasi kewirausahaan (X2) berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keberhasilan usaha (Y), sehingga secara parsial maupun simultan mendukung ketiga hipotesis. Berdasarkan hasil tersebut, pengusaha toko kelontong perlu menerapkan kerja cerdas, misalnya pemasaran online.

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel penelitian	Hasil Penelitian
3.	Andi Wijayanto (2013)	Pengaruh Karakteristik Wirausahawan Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha	Karakteristik Wirausaha (X1), Keberhasilan Usaha (Y)	Kesimpulan peneliti : 1. Tingkat keberhasilan usaha adalah cukup baik seperti yang ditunjukkan pada tren dan peningkatan penjualan yang stabil 2. Variabel bebas yang terdiri dari Kemampuan Personal dan Sosial Kemampuan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha 3. Variabel kemampuan sosial berpengaruh signifikan terhadap tingkat usaha kesuksesan. Sedangkan variabel Personal Ability tidak berpengaruh signifikan pada tingkat keberhasilan bisnis. Kemampuan sosial berpengaruh dominan terhadap tingkat keberhasilan bisnis.
4.	Febriana Junita (2020)	Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Batu Bata Di Desa Tangkit Kecamatan Sungal Gelam Kabupaten Muaro Jambi	Karakteristik Wirausaha (X1), Keberhasilan Usaha (Y)	Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh antara karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan wirausaha batu bata baik secara simultan mau pun parsial. Karakteristik wirausaha berpengaruh sebesar 50,3% sisanya 49,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Simpulan dari penelitian ini adalah ada pengaruh positif yang signifikan antara

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel penelitian	Hasil Penelitian
				karakteristik wirausaha (Percaya diri, Pengambil Resiko dan Kepemimpinan) terhadap keberhasilan usaha batu bata di Desa Tangkit.
5.	Anik Sumardhi dan Nur Laily (2018)	Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Etnis Cina dan Jawa	Karakteristik Wirausaha (X1), Keberhasilan Usaha (Y)	Hasil penelitian menemukan bahwa karakteristik wirausaha mempunyai pengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha, terbukti dengan nilai $\alpha=0,000 < 0,05$.
6.	Apostolos D. Zaridis (2016)	The Relation Between Entrepreneur's Characteristics and Competitive Advantage. A Roadmap to SME's Success	Entrepreneur's Characteristics (X1), Competitive Advantage (X2), Success (Y)	From the research result, it is understood that certain factors related mainly with entrepreneur's and sme's characteristics act as sources of competitive advantage, and consequently drive to it. On the other hand, they are recognized as elements of potential sme's success [41], since they may spout diachronically long-term competitive advantage.
7.	Md. Amirul Islam (2011)	Effect of Entrepreneur and Firm Characteristics on the Business Success of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Bangladesh Abstract	Entrepreneur and Firm Characteristics (X1), Business Success (Y)	Two hypotheses are proposed and tested. The characteristic of entrepreneur is found to be a significant factor for business success of SMEs in Bangladesh. The results of the analysis show that only one of the demographic factors which is duration of organization operated has significant effect toward business success of SMEs. SMEs that are operated longer period have been more

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel penelitian	Hasil Penelitian
				successful in comparison to those who have been in operation for a shorter period. In addition to this, independent sample t-test shows that gender plays a significant role on business success of SMEs in Bangladesh. This study has implications for entrepreneurs and policy makers.

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual sebagai suatu gambaran berupa konsep yang dalamnya menjelaskan suatu hubungan variabel satu dengan variabel lainnya.

1. Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha

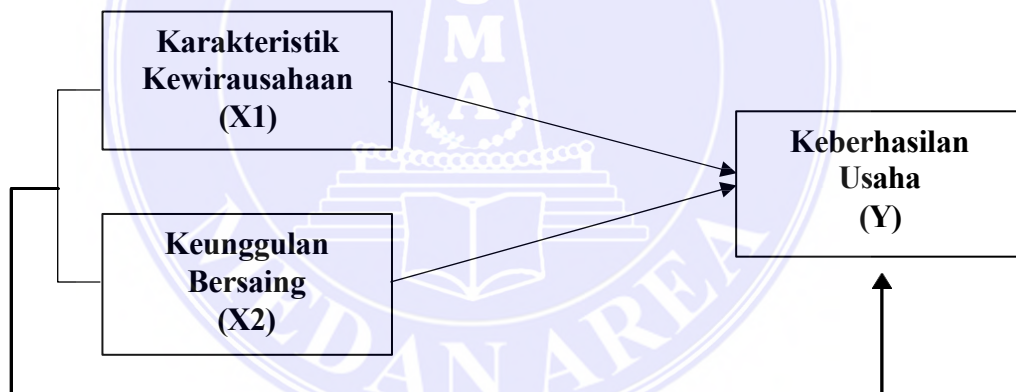
Dalam tercapainya keberhasilan usaha, karakteristik kewirausahaan merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan. Karakteristik seperti berinovasi dan komunikatif dibutuhkan dalam mengelola usaha yang dibangun agar mencapai tujuan yang diharapkan dari menjalankan usaha tersebut.

2. Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Usaha

Dalam menjalankan usaha, persaingan adalah hal yang wajar untuk dihadapi oleh setiap wirausahawan. Maka karena itu wirausahawan harus memiliki kemampuan dalam bersaing agar usaha yang dijalankan dapat mencapai keberhasilan dan selalu unggul dalam menjalankan usahanya.

3. Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Usaha

Karakteristik kewirausahaan dan keunggulan bersaing dibutuhkan untuk membangun usaha yang sukses. Karakteristik seorang wirausahawan menentukan lambat atau cepatnya usaha tersebut akan dapat berkembang dan juga kemampuan bersaing dibutuhkan agar usaha yang dijalankan dapat seimbang walaupun terdapat banyaknya persaingan yang ada. Maka karena itu karakteristik kewirausahaan dan keunggulan bersaing merupakan hal yang dibutuhkan seorang wirausahawan agar mencapai keberhasilan usaha.



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara atas pernyataan penelitian yang diajukan terhadap masalah yang telah dirumuskan. Penelitian terdahulu Mulyana dan Safina (2022) membuktikan dalam hasil penelitian yang telah dilakukan

menunjukkan hasil bahwa faktor karakteristik wirausaha dan keunggulan bersaing memberikan pengaruh terhadap keberhasilan wirausaha pada UMM sapu ijuk yang ditunjukkan dari hasil regresi berganda. Untuk menguji kebenaran sebuah hipotesis digunakan pengujian yang disebut pengujian hipotesis atau pengetesan hipotesis (*testing hypothesis*). Maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : Karakteristik Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Pengusaha Pakaian di Pasar Petisah Medan.

H2 : Keunggulan Bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Pengusaha Pakaian di Pasar Petisah Medan.

H3 : Karakteristik Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Pengusaha Pakaian di Pasar Petisah Medan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian - bagian dan fenomena serta kausalitas hubungan - hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori atau hipotesis yang berkaitan dengan suatu fenomena.

Menurut Sujarweni (2015) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur – prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).

3.2 Objek Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Pasar Petisah Jl. Kota Baru 3, Petisah Tengah, Kecamatan Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara. Kode Pos 20111.

Waktu yang peneliti gunakan 6 bulan dimulai dari tahap penyusunan proposal penelitian.

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian**2022 - 2024**

No	Kegiatan	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Dec	Jan	Feb	Mar
1.	Pengajuan Judul	■															
2.	Penyusunan Proposal		■	■	■	■	■	■									
3.	Seminar Proposal								■								
4.	Pengumpulan Data								■								
5.	Analisis Data									■	■	■	■	■			
6.	Seminar Hasil													■			
7.	Revisi													■	■	■	
8.	Sidang Meja Hijau																■

3.3 Definisi Operasional Dan Instrumen Penelitian

Definisi operasional adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti, atau spesifikasi suatu kegiatan, juga memberikan suatu operasionalisasi yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tertentu. Definisi operasional digunakan untuk menyamakan kemungkinan pengertian yang beragam antara peneliti dengan orang yang membaca penelitiannya. Agar tidak terjadi kesalahpahaman, maka definisi operasional disusun dalam suatu penelitian. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala
Karakteristik Kewirausahaan (X1)	Karakteristik kewirausahaan adalah kesiapan seseorang untuk merespon secara konsisten terhadap ciri- ciri yang dimiliki oleh seorang wirausaha, yaitu percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, pengambilan risiko dan suka tantangan, kepemimpinan, keorisinilan, dan berorientasi ke masa depan. Suryana (2010:38).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keinginan berprestasi 2. Kemampuan manajemen 3. Tanggung Jawab pribadi 4. Tingkat keberanian mengambil resiko 5. Tingkat ide dan inovasi 	Likert
Keunggulan Bersaing (X2)	Keunggulan bersaing merupakan keuntungan yang diperoleh melalui penerapan strategi bersaing yang bertujuan untuk membangun posisi yang menguntungkan dan berkelanjutan terhadap kekuatan pasar yang menentukan persaingan industri. Lancaster (2004).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga 2. Kualitas 3. <i>Delivery Dependability</i> 4. <i>Inovasi Produk</i> 5. <i>Time to Market.</i> 	Likert
Keberhasilan Usaha (Y)	Keberhasilan usaha artinya pencapaian suatu tindakan dalam periode waktu tertentu atau dalam parameter yang ditentukan, atau dapat juga berarti menyelesaikan suatu tujuan atau mencapai suatu tujuan. Svetlana (2018).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Modal 2. Pendapatan 3. Volume penjualan 4. Output produksi 5. Tenaga Kerja 	Likert

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi yang di maksud pada penelitian ini adalah wilayah yang ingin diteliti oleh penulis. Menurut (Sugiyono, 2017) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Suatu populasi sedikitnya mempunyai satu karakteristik yang membedakannya dengan kelompok yang lain. Pendapat di atas menjadi salah satu acuan bagi penulis

untuk menentukan populasi. Populasi yang akan digunakan sebagai penelitian adalah para pengusaha pakaian yang ada di Pasar Petisah Medan pada lantai 1 yang berjumlah 220 pengusaha pakaian.

3.4.2 Sampel

Sugiyono (2007) mengatakan sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh sejumlah populasi tersebut. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin.

Umar Husein (2003) menyatakan bahwa untuk menentukan berapa minimal sampel yang dibutuhkan jika ukuran populasi diketahui, dapat menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Keterangan :

N = Ukuran populasi

n = Ukuran sampel

e = Persen kelonggaran karena ketidaktelitian dalam pengambilan sampel

Berdasarkan data jumlah total toko di Pasar Petisah lantai 1 yang menjual pakaian terdapat sebanyak 220 toko, Maka perhitungan jumlah sampel dapat menggunakan rumus Slovin, yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N \times e^2} = \frac{220}{1 + (220 \times 0,1^2)} = 69$$

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan yaitu *Purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penetapan sampel dengan cara memilih sampel sesuai dengan pengetahuan peneliti terhadap penelitian (berdasarkan tujuan atau masalah dari penelitian). Sampel yang dipilih karena dianggap sesuai untuk penelitian tersebut dan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan.

Teknik *Purposive sampling* menurut Sugiyono (2018) adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Kriteria dalam penelitian ini ialah Khusus penjual toko pakaian pada Pasar Petisah Medan.

Kriteria yang digunakan dalam menentukan sampel, yaitu :

1. Pengusaha yang menjual pakaian muslim.
2. Telah berjualan di Pasar Petisah Medan selama minimal 3 tahun.

3.5 Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya baik melalui kuesioner, survei, wawancara, dan observasi yang dilakukan oleh peneliti. Data primer memiliki nilai yang sangat penting dalam penelitian karena merupakan sumber data yang paling akurat dan dapat diandalkan.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Tujuan dari langkah pengumpulan data dan teknik pengumpulan data ini adalah demi mendapatkan data yang valid, sehingga hasil dan kesimpulan penelitian pun tidak akan diragukan kebenarannya. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

3. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap objek penelitian yang dapat dilaksanakan secara langsung maupun tidak langsung.

4. Angket (kuesioner)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang lebih efisien bila peneliti telah mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden.

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Uji Instrumen

Agar data yang didapat dengan kuesioner dapat valid dan reliabel, maka perlu dilakukan uji validasi dan realibilitas kuesioner pada setiap butir pertanyaan sehingga dapat diketahui layak atau tidaknya pertanyaan tersebut untuk pengumpulan data.

3.6.1.1 Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2017). Pengujian ini menggunakan uji Pearson Correlation. Penyebaran khusus kuesioner diberikan kepada 30 responden diluar dari sampel penelitian. Nilai Tabel yang didapatkan dari $df = N-2 = 30-2 = 28$, dengan nilai toleransi 0,1 yaitu sebesar 0,306.

Berikut disajikan hasil uji validitas tiap butir pernyataan pada tabel dibawah ini

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R-Hitung	R-Tabel	Pernyataan
Karakteristik kewirausahaan (X1)	Item 1	0.610	0.306	Valid
	Item 2	0.457	0.306	Valid
	Item 3	0.600	0.306	Valid
	Item 4	0.456	0.306	Valid
	Item 5	0.599	0.306	Valid
	Item 6	0.583	0.306	Valid
	Item 7	0.407	0.306	Valid
	Item 8	0.486	0.306	Valid
	Item 9	0.654	0.306	Valid
	Item 10	0.630	0.306	Valid
Keunggulan Bersaing (X2)	Item 1	0.780	0.306	Valid
	Item 2	0.726	0.306	Valid
	Item 3	0.455	0.306	Valid
	Item 4	0.541	0.306	Valid
	Item 5	0.429	0.306	Valid
	Item 6	0.521	0.306	Valid
	Item 7	0.499	0.306	Valid
	Item 8	0.466	0.306	Valid
	Item 9	0.694	0.306	Valid
	Item 10	0.507	0.306	Valid
Keberhasilan Usaha (Y)	Item 1	0.490	0.306	Valid
	Item 2	0.548	0.306	Valid
	Item 3	0.498	0.306	Valid
	Item 4	0.477	0.306	Valid
	Item 5	0.463	0.306	Valid
	Item 6	0.556	0.306	Valid
	Item 7	0.650	0.306	Valid
	Item 8	0.571	0.306	Valid
	Item 9	0.508	0.306	Valid
	Item 10	0.608	0.306	Valid

Tabel 3.3 menyatakan bahwa seluruh butir pernyataan telah valid karena r hitung lebih besar dari r tabel karena itu peneliti memasukkan semua item dalam kuesioner. Maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Ghozali (2009) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliabel akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan program SPSS. Jika koefisien Cronbach Alpha $> 0,70$ maka instrumen tersebut dapat dikatakan reliabel. Sedangkan, jika koefisien Cronbach Alpha yang $< 0,70$ maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel.

Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Alpha	Keterangan
Karakteristik Kewirausahaan (X1)	0.733	>0.70	Reliabel
Keunggulan Bersaing (X2)	0.721	>0.70	Reliabel
Keberhasilan Usaha (Y)	0.730	>0.70	Reliabel

Berdasarkan tabel 3.4 dapat dilihat nilai dari variabel Karakteristik Kewirausahaan (X1) sebesar 0,733 , Keunggulan Bersaing (X2) sebesar 0,721 , dan

variabel Keberhasilan Usaha (Y) sebesar 0,730. Karena nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,70 maka disimpulkan semua item pernyataan dalam kuesioner dalam penelitian ini adalah reliabel.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *Ordinary Leas Square (OLS)*.

3.6.2.1 Uji Normalitas

Pengujian ini untuk mengetahui apakah nilai residual terdistribusisecara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Cara untuk mendeteksinya adalah dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik Normal P-P Plot of regression standardized sebagai dasar pengambilan keputusannya. Jika menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka model regresi tersebut telah normal dan layak dipakai untuk memprediksi variabel bebas dan sebaliknya.

3.6.2.2 Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan skenario statistik di mana terdapat hubungan sempurna antara variabel penjelas dan saling bergerak satu sama lain. Multikolinearitas meningkatkan varian parameter perkiraan sehingga dapat menyebabkan kurangnya signifikansi dari variabel penjelas walaupun model yang digunakan benar. Aturan dalam multikolinearitas adalah jika nilai VIF melebihi 5 atau 10, hal ini berarti bahwa hasil regresi mengandung multikolinearitas (Montgomery et al., 2001)

3.6.2.3 Heteroskedastisitas

Gujarati Damodar (2006) menyatakan bahwa heteroskedastisitas memberikan arti bahwa dalam suatu model terdapat varian residual atas observasi yang berbeda. Penelitian yang baik tentunya tidak mengundang heteroskedastisitas. Dalam uji ini, masalah timbul dari variasi data *cross section* yang digunakan. Dalam hal ini, uji heteroskedastisitas digunakan untuk munguji apakah terdapat ketidaksamaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

3.6.3 Uji Statistik

3.6.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Uji statistik yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Regresi linear berganda adalah metode analisis yang tepat ketika penelitian melibatkan satu variabel terikat yang diperkirakan berhubungan dengan satu atau lebih variabel bebas. Tujuannya adalah untuk memperkirakan perubahan respon pada variabel terikat terhadap beberapa variabel bebas (Yamin dan Kurniawan, 2009). Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen. Persamaan regresi dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

$$Y = a + Q1 X1 + Q2 X2 + e$$

Keterangan :

a : Konstanta

$\beta_1 \beta_2$: Koefisien dari variabel independen

e : Error estimate

Y : Keberhasilan Usaha

X1 : Karakteristik Kewirausahaan

X2 : Keunggulan Bersaing

3.6.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel bebas pengaruh karakteristik kewirausahaan dan keunggulan bersaing terhadap variabel terikat keberhasilan usaha dengan secara parsial maupun simultan.

a. Uji signifikan parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel. Nilai hitung dapat dilihat dari hasil pengolahan data *Coefficients*. Berikut ini langkah - langkah dengan menggunakan uji t :

a. Merumuskan hipotesis, uji hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1)

H_0 : $b_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

H_a : $b_1 \neq 0$, Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

b. Taraf nyata yang digunakan adalah $\alpha = 0,5$. Nilai t hitung dibandingkan dengan t tabel dan ketentuannya sebagai berikut :

Jika t hitung \geq t tabel, maka H_0 ditolak, H_1 diterima.

Jika t hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima, H_1 ditolak.

b. Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji F)

Digunakan untuk menguji signifikansi semua variabel independent terhadap variabel dependent secara bersama-sama. Nilai F hitung dihasilkan dari hasil pengolahan data menggunakan software SPSS, yang kemudian dibandingkan dengan nilai F tabel. Jika nilai F hitung $>$ F tabel, maka semua variabel bebas secara bersamaan ada variabel dependent yang signifikan dalam model. Sebaliknya jika nilai F hitung $<$ F tabel, maka tidak semua variabel independent dalam model berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen pada saat yang bersamaan. Jika F hitung $<$ F tabel, maka terdapat pengaruh ko-signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat. Tolak H_0 jika F hitung $>$ F tabel menunjukkan bahwa terdapat koeksistensi yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat.

c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2011) mengatakan bahwa Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara 0 sampai dengan 1. Nilai R^2 yang lebih kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Usaha pada Pengusaha Pakaian di Pasar Petisah, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan Uji t pada variabel Karakteristik Kewirausahaan (X1) secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha (Y). Dikatakan positif berarti jika karakteristik kewirausahaan yang baik dapat meningkatkan keberhasilan usaha. Begitu juga sebaliknya, jika pengusaha pakaian tidak memiliki karakteristik kewirausahaan maka keberhasilan usahanya akan menurun.
2. Berdasarkan Uji t pada variabel Keunggulan Bersaing (X2) secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha (Y). Dikatakan positif berarti jika pengusaha pakaian memiliki keunggulan dalam bersaing, maka keberhasilan usahanya akan lebih meningkat. Begitu juga sebaliknya, jika pengusaha pakaian tidak unggul dalam persaingan, maka keberhasilan usahanya akan menurun.
3. Berdasarkan Uji F diketahui bahwa Karakteristik Kewirausahaan (X1) dan Keunggulan Bersaing (X2) secara Bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha (Y). Dinyatakan positif apabila

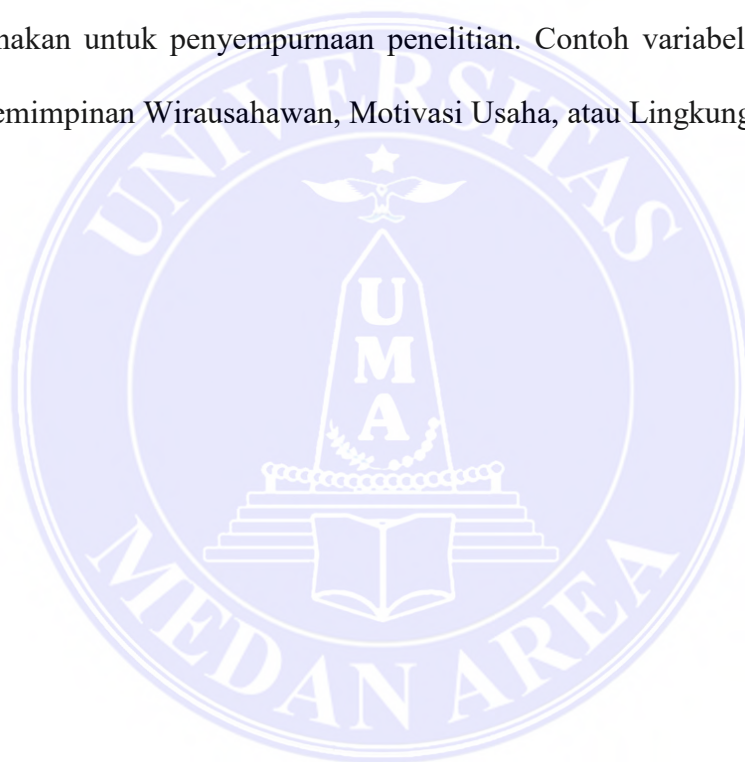
4. semakin baik karakteristik kewirausahaan dan keunggulan bersaing yang dimiliki pengusaha pakaian maka akan semakin meningkat juga keberhasilan usahanya.
5. Berdasarkan nilai R square menunjukkan hubungan antara variabel Karakteristik Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing memiliki hubungan sebesar 0,815 yang berarti 81,5% faktor-faktor keputusan berkunjung dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu inovasi produk dan kewirausahaan sedangkan sisanya 18,5% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti berusaha memberikan beberapa saran kepada Pengusaha Pakaian di Pasar Petisah medan.

1. Bagi Pihak Pengusaha Pakaian di Pasar Petisah Medan :
 - a. Berkaitan dengan Karakteristik Kewirausahaan, pengusaha disarankan untuk mengoptimalkan Karakteristik Kewirausahaan menjadi lebih positif terhadap usaha yang mereka jalani, dengan cara selalu optimis dan percaya diri dalam menjalankan usaha, berani mengambil resiko dan berorientasi ke masa depan, berupaya melakukan inovasi dan kreasi baru, dan mampu memimpin serta menerima kritik dan saran.
 - b. Berkaitan dengan Keunggulan Bersaing, pengusaha disarankan untuk memperhatikan strategi bersaing dan terus meningkatkan pelayanan agar mempertahankan kesetiaan pelanggan dan menarik minat pelanggan baru.

- c. Berkaitan Keberhasilan Usaha, pengusaha disarankan untuk menambah pengetahuan dalam berwirausaha.
2. Bagi Penelitian selanjutnya perlu mempertimbangkan sampel lebih luas dan memperpanjang periode pengamatan. Hal ini bertujuan agar kesimpulan yang dihasilkan dari peneliti tersebut memiliki cakupan yang lebih luas. Memasukkan variabel-variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini yang dapat digunakan untuk penyempurnaan penelitian. Contoh variabel lainnya seperti Kepemimpinan Wirausahawan, Motivasi Usaha, atau Lingkungan Usaha.



DAFTAR PUSTAKA

- Afrianto, D. S. (2021). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Sistem Upah Tenaga Kerja Konstruksi Terhadap Produktifitas Pada Proyek Pembangunan Gedung Unit Layanan Pengadaan (ULP) Di Bangkalan*. Untag 1945 Surabaya.
- Bambang, R. (2010). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan* (4th ed.). BPFE.
- Bangun, M. R., & Batubara, D. I. (2021). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Inovasi Rasa terhadap Keberhasilan Usaha Mikro pada CV. Stella Catering Medan. *JEKKP (Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Kebijakan Publik)*, 3(1), 16–24.
- Chen Yuanita. (2022). *Competitive Advantage Adalah: Pengertian, Cara Kerja, Jenis, dan 3 Contohnya dalam Bisnis*.
- Dewi, R. U. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Dan Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Bisnis Melalui Keunggulan Kompetitif Pada Pedagang Pakaian Di Pasar Kliwon Kabupaten Kudus. *Jurnal Studi Manajemen Bisnis*, 2(2), 54–72.
- Dirgantoro, C. (2001). *Manajemen Strategik: Konsep, Kasus, Dan Implementasi*.
- Dwijayanti, R. (2015). Pengaruh pendidikan kewirausahaan, locus of control, dan kebutuhan berprestasi terhadap pembentukan sikap kewirausahaan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 3(2), 170–180.
- Erliah. (2007). *Pengaruh Persaingan, Promosi dan Keunikan Produk Terhadap Keberhasilan Usaha para Pengerajin Batik Desa Trusmi Kulon Kecamatan Plared Kabupaten Cirebon*.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*; Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*, 19.
- Ghozali, I. (2011). *Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Underpricing Saham Pada Saat Initial Public Offering (IPO) di Bursa Efek Indonesia Periode 2005–2009*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS* 23.
- Gujarati Damodar. (2006). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Erlangga.
- Hakim, L., & Prajanti, S. D. W. (2019). Pengaruh karakteristik wirausaha,

- kemampuan manajerial, dan tenaga kerja terhadap keberhasilan usaha IKM. *Economic Education Analysis Journal*, 8(2), 698–712.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan Buku 1 Cetakan ke-2*. Yogyakarta: Penerbit CAPS.
- Heflin, F. Z. (2011). *Be an entrepreneur (Jadilah seorang wirausaha)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Husein, U. (2003). *Metode Riset Bisnis Dilengkapi Contoh Proposal Dan Hasil Riset Bidang Manajemen Dan Akuntansi*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta, Indonesia.
- Islam, M. A., Khan, M. A., Obaidullah, A. Z. M., & Alam, M. S. (2011). Effect of entrepreneur and firm characteristics on the business success of small and medium enterprises (SMEs) in Bangladesh. *International Journal of Business and Management*, 6(3), 289.
- Juang Naibaho. (2020). Imbas Corona, Omzet Pedagang Pakaian di Pasar Petisah Anjlok 70 Persen. *Tribun Medan*. <https://medan.tribunnews.com/2020/04/08/imbasm-corona-omzet-pedagang-pakaian-di-pasar-petisah-anjlok-70-persen>
- Junita, F. (2020). Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Batu Bata Di Desa Tangkit Kecamatan Sungai Gelam Kabupaten Muaro Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8(4), 166–179.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. In *Principles of Marketing Global* (13 Jilid 1). Erlangga.
- Kristiansen, Furuholt, & Wahid. (2003). Internet cafe entrepreneurs: pioneers in information dissemination in Indonesia. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 4(4), 251–263.
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T. S., & Rao, S. S. (2006). The impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance. *Omega*, 34(2), 107–124.
- Marzuki, A., Armereo, C., & Rahayu, P. F. (2020). *Praktikum Statistik*. Ahli Media Press.
- Montgomery, D. R., Balco, G., & Willett, S. D. (2001). Climate, tectonics, and the morphology of the Andes. *Geology*, 29(7), 579–582.
- Nuritha, I. (2013). *Identifikasi pengaruh lokasi usaha terhadap tingkat keberhasilan usaha minimarket waralaba di Kabupaten Jember dengan sistem*

informasi geografis.

- Oktavia, G., & Trimeiningrum. (2018). Pengaruh Percaya Diri Dan Keberanian Mengambil Risiko Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Makanan Ringan Di Kota Semarang; Studi Kasus Pada Sentra Industri Kerupuk, Keripik, Peyek dan Sejenisnya di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Akuntansi Dan Perpajakan (Jemap)*, 1(1), 26–40.
- Porter, M., & Magretta, J. (2014). *Strategy and Competition: The Porter Collection (3 Items)*. Harvard Business Review Press.
- Pradhan, S. (2006). *Retailing Management 2E*. Tata McGraw-Hill Education.
- Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi*. Pustaka Pelajar.
- Rangkuti, F. (2009). *Mengukur Efektivitas Program Promosi & Analisis Kasus Menggunakan SPSS*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ridha, A. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Di Kecamatan Nurussalam Aceh Timur. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(2), 165–173.
- Safina, W. D. (2022). Pengaruh Karakter Wirausaha Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Wirausaha Pada UMKM Sapu Ijuk Desa Medan Senembah Tanjung Morawa. *VALUE*, 3(1), 25–35.
- Sari, N. A. (2019). *Pengaruh perkembangan ekonomi digital terhadap pendapatan pelaku usaha UMKM di Kota Makassar*. Universitas Negeri Makassar.
- Scarborough, N. M., Wilson, D., & Zimmerer, T. (2006). Effective small business management: An entrepreneurial approach. (*No Title*).
- Statistik, B. P. (2022). Badan pusat statistik. *Badan Pusat Statistik*.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis Penerbit Alfabeta*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. CV. Alfabeta, Bandung*, 25.
- Suhartini, Y. (2021). Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Warung Kelontong Di Kasihan Bantul Yogyakarta. *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(2).

- Sumardhi, A., & Laily, N. (2018). Pengaruh Karakteristik Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Etnis Cina dan Jawa. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(12).
- Suryana. (2011). *Kewirausahaan pedoman praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan : Kiat dan Proses menuju sukses*. Salemba Empat.
- Suryana, D., & Si, M. (2016). *Kewirausahaan : Pedoman Praktis : Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Suryana, Y., & Bayu, K. (2012). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses* (2nd ed.). Kencana.
- Suwarno, Y. (2008). *Inovasi di sektor publik*. Jakarta: STIA-LAN Press.
- Wijayanto, A. (2013). Pengaruh Karakteristik Wirausahawan Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha: Studi Pada Sentra Usaha Kecil Pengasapan Ikan Di Krobokan Semarang. *Jurnal Ilmu Sosial*, 12(1), 16–28.
- Winardi. (2005). *Azaz-Azaz Manajemen dan Kepemimpinan* (Revisi). Salemba Empat.
- Winarno, M. (2001). Pengantar Kewirausahaan Kerangka Dasar Memasuki Dunia Bisnis. In *BPFE UGM Yogyakarta* (pertama).
- Wiratna, V. S. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta. *PT. Pustaka Baru*).
- Yamin, S., & Kurniawan, H. (2009). *SPSS complete: Teknik analisis statistik terlengkap dengan software SPSS*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Yanuarti, D. R. (2021). Pendekatan Lintas Budaya Dalam Konseling Individu Untuk Meningkatkan Tanggung Jawab Pribadi Konseli. *Jurnal Ilmiah Pro Guru*, 4(1), 54–63.
- Zaridis, A. D. (2016). The Relation Between Entrepreneur" s Characteristics and Competitive Advantage. A Roadmap to SME" s Success. *International Journal of Emerging Research in Management & Technology*, 5(9), 53–58.

LAMPIRAN

Lampiran 1 (Kuesioner Penelitian)

KUESIONER PENELITIAN PENGARUH KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA PENGUSAHA PAKAIAN DI PASAR PETISAH MEDAN

Dengan Hormat,

Kuesioner ini saya buat dan diedarkan kepada anda bertujuan untuk mendapatkan Data dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul :

“Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Usaha pada Pengusaha Pakaian di Pasar Petisah Medan”

Oleh karena itu, saya sangat membutuhkan bantuan Bapak/Ibu/Sdra/i, untuk mengisi kuesioner penelitian ini sesuai dengan petunjuk pengisian yang telah disediakan. Saya akan menjaga kerahasiaan identitas dan jawaban yang rekan-rekan berikan dan dipergunakan untuk kepentingan penelitian.

Bantuan Bapak/Ibu/Sdra/i dalam mengisi kuesioner akan sangat membantu saya dalam menyusun dan menyelesaikan penelitian ini. Atas perhatian, kesediaan dan bantuan yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.

IDENTITAS RESPONDEN

1. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Bapak/Ibu, Saudara/i dimohon untuk mengisi identitas responden berikut ini dengan mengisi data sesuai dengan keadaan sebenarnya. Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan memberikan tanda centang (✓)

Bobot Nilai Kuesioner

P	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

2. Data Responden

Nama Toko :

Usia :

Jenis Kelamin :

Lama Usaha : [] < 5 Tahun [] 5 – 10 Tahun [] > 10 Tahun

Karakteristik Kewirausahaan						
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Keinginan Berprestasi						
1.	Saya selalu mencari cara agar toko ramai pelanggan					
2.	Ketika omset turun saya menjadi bersemangat untuk maju					
Kemampuan Manajemen						
3.	Saya mengajak karyawan berdiskusi dalam menjalankan bisnis					
4.	Saya memiliki rencana yang jelas dengan usaha saya					
Tanggung Jawab Pribadi						
5.	Saya bertanggung jawab dengan usaha yang saya jalankan					
6.	Saya selalu memberi karyawan gaji setiap bulannya.					
Berani Mengambil Resiko						
7.	Ketika ada produk baru saya berani untuk menjualnya di toko					
8.	Walaupun omset turun saya tetap berusaha menjual pakaian dengan kualitas yang baik					
Berinovasi						
9.	Toko saya selalu menjual pakaian dengan kualitas terbaik					
10.	Saya selalu memiliki ide – ide untuk mengembangkan usaha saya					

Keunggulan Bersaing						
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Harga						
1.	Toko saya menjual harga produk sesuai dengan kualitas produk tersebut					
2.	Toko saya menawarkan harga yang lebih terjangkau dibanding pesaing					
Kualitas						
3.	Toko saya menawarkan produk dengan kualitas lebih tinggi dibanding pesaing					
4.	Toko saya selalu menyediakan produk yang lebih unggul dibanding pesaing					
Delivery Dependability						
5.	Toko saya bergerak cepat dalam menyediakan produk – produk baru dibanding pesaing					
6.	Karyawan toko saya mampu melayani pembeli secara efektif					

Inovasi					
7.	Toko saya menyediakan produk sesuai dengan keinginan konsumen				
8.	Toko saya terus mencari produk baru dengan kualitas tinggi untuk menarik minat konsumen				
Time to Market					
9.	Toko saya tidak sembarangan menjual produk yang memiliki kualitas buruk				
10.	Toko saya memperkenalkan produk baru dengan lebih baik dibanding toko lain				

Keberhasilan Usaha						
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Modal						
1.	Saya memiliki modal yang terus bertambah					
2.	Pengelolaan modal usaha yang baik mampu meningkatkan penjualan dan pendapatan saya					
Pendapatan						
3.	Toko saya mengalami peningkatan omset selama 2 tahun terakhir					
4.	Pendapatan yang diperoleh toko saya sesuai dengan harapan					
Volume Penjualan						
5.	Toko saya mengalami peningkatan penjualan selama 2 tahun terakhir					
6.	Toko saya mendapat pelanggan lebih banyak selama 2 tahun terakhir					
Output Produksi						
7.	Toko saya memproduksi produk lebih banyak dalam 2 tahun terakhir					
8.	Kualitas barang yang saya jual sesuai dengan yang dipesan oleh pelanggan					
Tenaga Kerja						
9.	Toko saya mengalami peningkatan jumlah karyawan dalam 2 tahun terakhir					
10.	Karyawan pada toko saya sangat membantu dalam mencapai kesuksesan usaha saya					

Lampiran 2 (Tabulasi Responden)

Variabel Karakteristik Kewirausahaan (X1)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	TX1
1	5	4	5	5	5	4	3	3	3	3	40
2	4	3	5	4	3	5	4	4	5	4	41
3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	46
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
6	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
7	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	43
8	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
9	2	3	2	2	2	3	3	4	3	4	28
10	4	5	4	4	4	5	3	3	4	4	40
11	4	4	3	4	4	4	4	2	2	1	32
12	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
13	4	4	3	3	4	3	4	5	5	5	40
14	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	44
15	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	39
16	3	3	5	5	3	3	3	3	4	3	35
17	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	38
18	3	4	5	4	4	4	3	3	3	3	36
19	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	44
20	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	47
21	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
22	4	4	5	5	5	4	4	5	5	3	44
23	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
24	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	37
25	5	5	5	4	5	5	3	3	3	3	41
26	3	2	3	3	2	2	4	4	5	4	32
27	3	4	2	5	1	2	5	5	4	5	36
28	3	3	4	3	3	4	5	5	5	5	40
29	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	46
30	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
31	4	4	5	3	4	5	5	4	5	4	43
32	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	47
33	4	4	5	3	4	5	2	3	2	2	34
34	3	2	2	2	2	3	4	5	4	4	31
35	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	35

36	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
37	3	4	5	4	4	4	4	4	3	3	38
38	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	26
39	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	41
40	2	2	2	2	2	2	3	3	5	5	28
41	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	41
42	1	1	1	1	1	1	3	4	5	4	22
43	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
44	5	3	3	4	2	5	4	5	5	5	41
45	5	4	3	4	1	1	5	5	5	5	38
46	3	3	3	3	3	3	4	4	5	5	36
47	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
48	4	4	4	5	5	3	4	4	4	3	40
49	3	3	2	4	5	3	5	5	5	4	39
50	1	1	1	1	2	1	3	2	3	3	18
51	4	4	5	5	5	4	3	4	2	5	41
52	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	37
53	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	40
54	3	4	3	4	3	4	5	5	5	5	41
55	3	3	4	4	4	3	4	4	5	3	37
56	4	2	2	1	1	2	4	4	5	5	30
57	4	4	3	4	3	3	4	4	5	3	37
58	4	5	5	5	5	5	3	2	2	2	38
59	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	34
60	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	36
61	3	3	4	3	4	4	5	4	5	5	40
62	3	4	4	4	4	3	4	3	5	4	38
63	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	35
64	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
65	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
66	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
67	4	5	5	3	4	3	5	4	5	4	42
68	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
69	4	4	4	4	4	4	2	3	2	2	33

Variabel Keunggulan Bersaing (X2)

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	TX2
1	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	37
3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	36
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
6	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	47
7	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
8	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	45
9	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	32
10	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	46
11	1	5	2	3	3	5	4	4	4	4	35
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5	42
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
15	2	5	4	3	2	2	3	3	3	3	30
16	5	3	5	5	5	5	4	5	4	4	45
17	4	4	4	4	4	3	1	5	2	3	34
18	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
19	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43
20	2	3	4	4	5	4	5	5	5	5	42
21	4	4	4	4	4	4	2	5	4	3	38
22	3	4	3	4	4	4	5	3	5	5	40
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
24	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	42
25	5	5	5	5	4	3	4	4	4	5	44
26	3	4	4	4	4	3	2	3	4	4	35
27	3	2	4	5	5	4	4	4	4	4	39
28	5	3	4	4	4	3	3	4	3	4	37
29	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	39
30	3	3	3	4	4	3	5	5	5	3	38
31	4	5	4	3	4	4	5	5	5	5	44
32	4	4	5	5	5	3	3	4	4	4	41
33	3	2	4	4	3	4	3	2	4	5	34
34	2	3	3	2	3	2	5	3	4	4	31

35	3	2	3	3	3	3	3	5	4	4	33
36	3	4	4	4	5	4	3	3	3	4	37
37	4	3	5	3	4	5	2	3	3	2	34
38	4	2	2	3	2	3	3	2	3	3	27
39	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	39
40	3	2	2	2	2	2	4	3	5	3	28
41	4	5	4	4	4	4	4	2	2	3	36
42	2	1	3	3	3	2	4	4	3	5	30
43	4	4	4	4	5	5	3	2	2	2	35
44	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	35
45	2	1	1	1	1	2	2	1	3	3	17
46	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	34
47	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	35
48	3	4	4	5	5	4	2	1	1	1	30
49	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	28
50	2	2	1	1	1	1	4	4	4	3	23
51	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	40
52	5	4	4	4	4	4	3	3	3	2	36
53	3	3	3	3	3	4	2	2	1	1	25
54	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	37
55	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
56	3	3	3	2	1	2	3	3	3	3	26
57	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	31
58	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	45
59	2	3	3	3	5	3	3	3	3	2	30
60	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	34
61	4	3	3	4	3	4	5	5	5	5	41
62	3	3	3	4	3	4	2	3	3	3	31
63	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	33
64	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	32
65	4	4	4	5	5	5	3	3	3	4	40
66	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	35
67	4	3	5	4	5	4	3	3	3	3	37
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39

Variabel Keberhasilan Usaha (Y)

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	TY
1	4	5	5	5	5	4	5	4	3	4	44
2	4	3	5	4	4	3	5	3	4	4	39
3	3	3	4	4	4	4	2	4	3	3	34
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
6	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
7	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
8	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	44
9	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	38
10	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	44
11	4	3	3	4	2	3	5	5	5	5	39
12	5	5	5	5	5	5	2	2	4	3	41
13	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	38
14	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	45
15	2	2	4	3	3	4	4	5	4	4	35
16	3	3	3	5	5	3	4	5	4	5	40
17	4	3	4	4	3	4	5	5	4	4	40
18	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
19	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	43
20	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	42
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
23	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	37
24	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	37
25	5	4	4	5	5	5	4	3	5	3	43
26	3	3	4	3	3	4	5	4	5	4	38
27	4	3	2	4	4	2	3	3	3	3	31
28	4	3	5	3	4	5	4	4	5	3	40
29	5	4	5	4	4	4	4	4	3	5	42
30	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	33
31	4	4	5	3	4	3	2	2	2	2	31
32	4	4	3	5	4	3	3	3	3	3	35
33	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	39
34	2	2	2	2	3	2	4	4	3	4	28
35	3	3	3	3	3	3	1	2	1	1	23
36	4	4	4	5	5	3	3	5	4	4	41

37	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	34
38	1	2	1	1	2	1	3	4	4	3	22
39	3	5	4	4	4	3	1	2	2	2	30
40	3	3	3	2	3	3	4	4	5	5	35
41	3	4	4	3	3	4	3	2	3	3	32
42	1	2	2	2	2	2	2	1	3	2	19
43	4	4	5	5	5	4	3	3	3	3	39
44	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	32
45	2	1	3	2	3	2	5	4	5	5	32
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
47	4	4	4	3	4	3	1	1	1	1	26
48	5	4	5	5	4	3	5	4	5	5	45
49	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	37
50	1	1	1	1	1	2	4	3	4	3	21
51	5	4	5	5	4	5	3	4	4	4	43
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
53	4	3	4	3	3	4	2	2	3	3	31
54	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	35
55	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
56	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	25
57	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	34
58	5	5	5	4	4	5	3	3	3	4	41
59	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	29
60	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
61	3	3	3	4	4	3	4	5	5	5	39
62	3	3	4	3	3	3	4	3	5	4	35
63	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	32
64	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	38
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
66	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	41
67	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	45
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
69	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas

Karakteristik Kewirausahaan (X1)

CORRELATIONS

/VARIABLES=x1.1 x1.2 x1.3 x1.4 x1.5 x1.6 x1.7 x1.8 x1.9 x1.10 Tx1
 /PRINT=TWOTAIL NOSIG
 /MISSING=PAIRWISE.

		Correlations										
		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8	x1.9	x1.10	Tx1
x1.1	Pearson Correlation	1	.737**	.647**	.537**	.728**	.682**	-.187	.011	-.031	.610**	xt1
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.000	.000	.323	.953	.871	.000	.610**
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	.000
x1.2	Pearson Correlation	.737**	1	.466**	.547**	.694**	.665**	-.357	-.227	-.066	.457*	30
	Sig. (2-tailed)	.000		.009	.002	.000	.000	.053	.228	.728	.011	.457*
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	.011
x1.3	Pearson Correlation	.647**	.466**	1	.580**	.700**	.693**	-.210	.050	.010	.600**	30
	Sig. (2-tailed)	.000	.009		.001	.000	.000	.266	.792	.958	.000	.600**
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	.000
x1.4	Pearson Correlation	.537**	.547**	.580**	1	.540**	.425*	-.150	-.045	-.144	.456*	30
	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.001		.002	.019	.429	.812	.448	.011	.456*
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	.011
x1.5	Pearson Correlation	.728**	.694**	.700**	.540**	1	.784**	-.237	.009	-.147	.599**	30
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002		.000	.207	.963	.437	.000	.599**
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	.000
x1.6	Pearson Correlation	.682**	.665**	.693**	.425*	.784**	1	-.308	.021	-.027	.583**	30
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.019	.000		.098	.914	.889	.001	.583**
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	.001
x1.7	Pearson Correlation	-.187	-.357	-.210	-.150	-.237	-.308	1	.623**	.705**	.407*	30
	Sig. (2-tailed)	.323	.053	.266	.429	.207	.098		.000	.000	.026	.407*
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	.026
x1.8	Pearson Correlation	-.227	-.307	-.188	-.252	-.241	-.229	.729**	1	.829**	.839**	.486**
	Sig. (2-tailed)	.237	.099	.320	.179	.199	.224	.000		.000	.000	.486**
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	.006
x1.9	Pearson Correlation	.011	-.227	.050	-.045	.009	.021	.623**	.740**	1	.654**	30
	Sig. (2-tailed)	.953	.228	.792	.812	.963	.914	.000		.000	.000	.654**
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	.000
x1.10	Pearson Correlation	-.031	-.066	.010	-.144	-.147	-.027	.705**	.740**	.630**	1	30
	Sig. (2-tailed)	.871	.728	.958	.448	.437	.889	.000	.000		.000	.630**
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	.000

xt1	Pearson Correlation	.610**	.457*	.600**	.456*	.599**	.583**	.407*	.654**	.630**	1	30
	Sig. (2-tailed)	.000	.011	.000	.011	.000	.001	.026	.000	.000		1
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	

Keunggulan Bersaing (X2)

CORRELATIONS

/VARIABLES=x2.1 x2.2 x2.3 x2.4 x2.5 x2.6 x2.7 x2.8 x2.9 x2.10 Tx2
 /PRINT=TWOTAIL NOSIG
 /MISSING=PAIRWISE.

Correlations

		y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	x2.9	x2.10	Tx2
y1	Pearson Correlation	1	.781**	.537**	.652**	.629**	.471**	-.173	.291	.150	.780**	.780**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.000	.009	.361	.118	.427	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y2	Pearson Correlation	.781**	1	.544**	.713**	.708**	.557**	-.152	-.052	-.262	.216	.726
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000	.000	.001	.423	.785	.162	.251	.251
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y3	Pearson Correlation	.537**	.544**	1	.427*	.549**	.772**	-.083	-.107	-.265	.455*	.455*
	Sig. (2-tailed)	.002	.002		.019	.002	.000	.662	.573	.157	.011	.011
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y4	Pearson Correlation	.652**	.713**	.427*	1	.778**	.502**	-.145	.050	-.125	.541**	.541**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.019		.000	.005	.446	.791	.511	.002	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y5	Pearson Correlation	.629**	.708**	.549**	.778**	1	.495**	-.146	-.130	-.336	.429*	.429*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000		.005	.442	.494	.069	.018	.018
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y6	Pearson Correlation	.471**	.557**	.772**	.502**	.495**	1	-.017	.053	-.065	.521**	.521**
	Sig. (2-tailed)	.009	.001	.000	.005	.005		.928	.783	.733	.003	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y7	Pearson Correlation	-.173	-.152	-.083	-.145	-.146	-.017	1	.622**	.617**	.499**	.499**
	Sig. (2-tailed)	.361	.423	.662	.446	.442	.928		.000	.000	.005	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y8	Pearson Correlation	-.108	-.194	-.144	-.174	-.247	-.103	.803**	.693**	.646**	.466**	.466**
	Sig. (2-tailed)	.569	.303	.446	.358	.188	.589	.000	.000	.000	.009	.009
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y9	Pearson Correlation	-.324	-.250	-.176	-.306	-.347	-.075	.869**	1	.755**	.694**	.694**
	Sig. (2-tailed)	.080	.183	.353	.101	.060	.694	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y10	Pearson Correlation	-.138	-.079	-.133	-.160	-.190	-.058	.817**	.755**	1	.507**	.507**
	Sig. (2-tailed)	.468	.677	.485	.400	.313	.761	.000	.000		.004	.004
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ytotal	Pearson Correlation	.490**	.548**	.498**	.477**	.463**	.556**	.650**	.694**	.507**	1	1
	Sig. (2-tailed)	.006	.002	.005	.008	.010	.001	.000	.000	.004		
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Keberhasilan Usaha (Y)

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=y1 y2 y3 y4 y5 y6 y7 y8 y9 y10 Ty
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
    
```

		Correlations										
		y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	y9	y10	Ty
y1	Pearson Correlation	1	.781**	.537**	.652**	.629**	.471**	-.173	-.108	-.324	-.138	.490**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.000	.009	.361	.569	.080	.468	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y2	Pearson Correlation	.781**	1	.544**	.713**	.708**	.557**	-.152	-.194	-.250	-.079	.548**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000	.000	.001	.423	.303	.183	.677	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y3	Pearson Correlation	.537**	.544**	1	.427*	.549**	.772**	-.083	-.144	-.176	-.133	.498**
	Sig. (2-tailed)	.002	.002		.019	.002	.000	.662	.446	.353	.485	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y4	Pearson Correlation	.652**	.713**	.427*	1	.778**	.502**	-.145	-.174	-.306	-.160	.477**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.019		.000	.005	.446	.358	.101	.400	.008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y5	Pearson Correlation	.629**	.708**	.549**	.778**	1	.495**	-.146	-.247	-.347	-.190	.463**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000		.005	.442	.188	.060	.313	.010
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y6	Pearson Correlation	.471**	.557**	.772**	.502**	.495**	1	-.017	-.103	-.075	-.058	.556**
	Sig. (2-tailed)	.009	.001	.000	.005	.005		.928	.589	.694	.761	.001

N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y7	Pearson Correlation	-.173	-.152	-.083	-.145	-.146	-.017	1	.803**	.869**	.817**	.650**
	Sig. (2-tailed)	.361	.423	.662	.446	.442	.928		.000	.000	.000	.000
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y8	Pearson Correlation	-.108	-.194	-.144	-.174	-.247	-.103	.803**	1	.785**	.748**	.571**
	Sig. (2-tailed)	.569	.303	.446	.358	.188	.589	.000		.000	.000	.001
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y9	Pearson Correlation	-.324	-.250	-.176	-.306	-.347	-.075	.869**	.785**	1	.749**	.508**
	Sig. (2-tailed)	.080	.183	.353	.101	.060	.694	.000	.000		.000	.004
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y10	Pearson Correlation	-.138	-.079	-.133	-.160	-.190	-.058	.817**	.748**	.749**	1	.608**
	Sig. (2-tailed)	.468	.677	.485	.400	.313	.761	.000	.000	.000		.000
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ytotal	Pearson Correlation	.490**	.548**	.498**	.477**	.463**	.556**	.650**	.571**	.508**	.608**	1
	Sig. (2-tailed)	.006	.002	.005	.008	.010	.001	.000	.001	.004	.000	
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas

Karakteristik Kewirausahaan (X1)

RELIABILITY

```

/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5.X1.6 X1.7 X1.8 X1.9 X1.10
/SCALE ('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
    
```

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.733	10

Keunggulan Bersaing (X2)

RELIABILITY
/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5.X2.6 X2.7 X2.8 X2.9 X2.10
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.721	10

Keberhasilan Usaha (Y)

RELIABILITY
/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Y7 Y8 Y9 Y10
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.730	10

Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Sminor

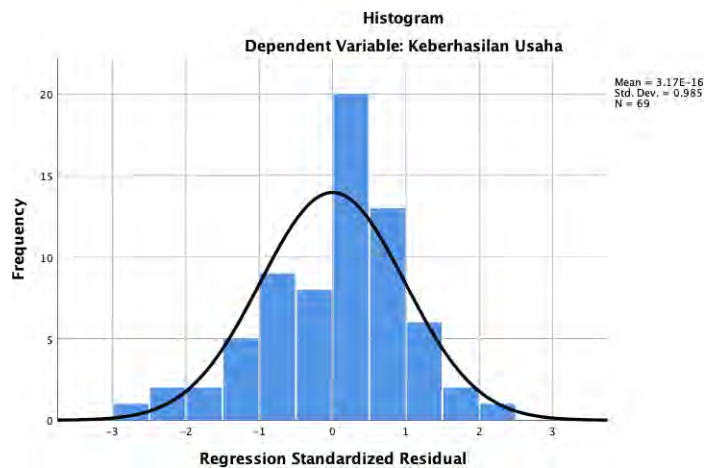
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		69
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.82063233
	Absolute	.116
Most Extreme Differences	Positive	.066
	Negative	-.116
Kolmogorov-Smirnov Z		.116
Asymp. Sig. (2-tailed)		.227

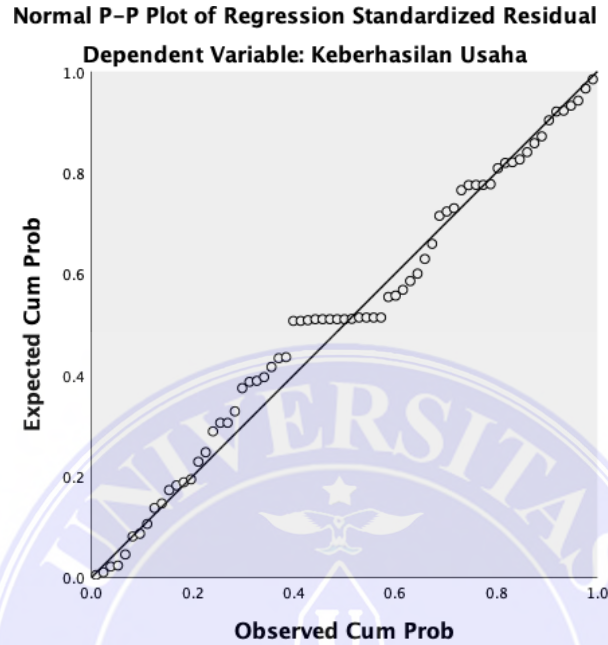
a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.

Sumber: SPSS,2023

2. Histogram



3. P-Plot



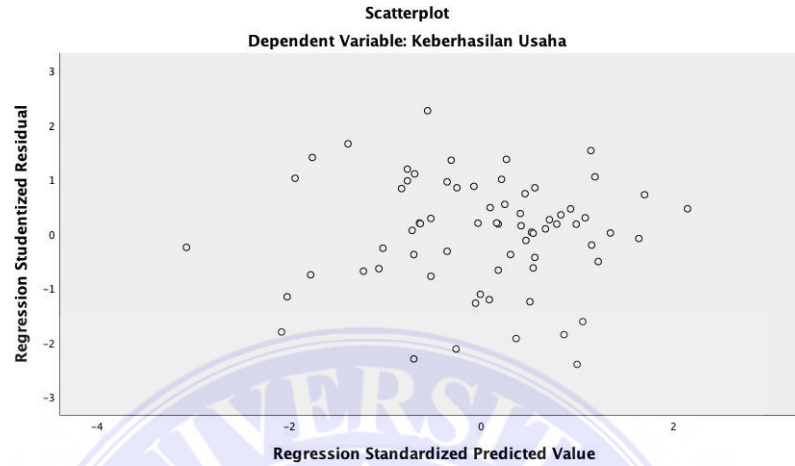
Lampiran 6 Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	3.910	3.975		.983	.329		
1 Karakteristik Kewirausahaan	.419	.115	.373	3.639	.001	.680	1.471
Keunggulan Bersaing	.461	.105	.449	4.384	.000	.680	1.471

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha
 Sumber: SPSS,2023

Lampiran 7 Uji Heterokedastisitas



Lampiran 8 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	3.910	3.975		.983	.329		
1 Karakteristik Kewirausahaan	.419	.115	.373	3.639	.001	.680	1.471
Keunggulan Bersaing	.461	.105	.449	4.384	.000	.680	1.471

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha
Sumber: SPSS,2023

Lampiran 9 Uji Hipotesis

1. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.910	3.975		.983	.329
1 Karakteristik Kewirausahaan	.419	.115	.373	3.639	.001
Keunggulan Bersaing	.461	.105	.449	4.384	.000

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha
Sumber: SPSS,2023

2. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1671.063	2	835.531	37.142	.000 ^b
Residual	1484.706	66	22.496		
Total	3155.768	68			

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

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

Sumber: SPSS,2023

3. Hasil Uji Koefisien Determinasi R-Square

Model Summary^b


Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.728 ^a	.830	.815	4.742

a. Predictors: (Constant), Keunggulan Bersaing, Karakteristik kewirausahaan

b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber: SPSS,2023

Lampiran 10 Surat Pengantar Riset dari Fakultas

 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 : 658/FEB/A/02.2/B/ VIII /2023 18 Agustus 2023
Lamp :
Perihal : Izin Research

Kepada Yth,
PD Pasar Petisah Medan

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

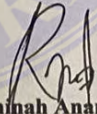
N a m a : Nindya Zamara
NPM : 198320349
Judul : Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pengusaha Pakaian Di Pasar Petisah Medan
Program Studi : Manajemen

Untuk mengeluarkan surat izin research dari Fakultas yang sedang Bapak / Ibu Pimpin. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah suatu 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 Fathimah Ananda , SE. M.Si

Tembusan :

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

Lampiran 11 Surat Selesai Riset dari PT.Gunung Karya Kencana Sentosa

