

**PENGARUH KETERAMPILAN WIRAUSAHA, PENGALAMAN
USAHA DAN DUKUNGAN SOSIAL MEDIA TERHADAP
KEBERHASILAN KEWIRAUSAHAAN
DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

Oleh:

**T. M. ADRY RYAN
NPM: 188320225**



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

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

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

Document Accepted 4/2/25

Access From (repository.uma.ac.id)4/2/25

**PENGARUH KETERAMPILAN WIRAUSAHA, PENGALAMAN
USAHA DAN DUKUNGAN SOSIAL MEDIA TERHADAP
KEBERHASILAN KEWIRAUSAHAAN
DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area

Oleh:

T. M. ADRY RYAN

NPM: 188320225

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

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

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


Document Accepted 4/2/25


Access From (repository.uma.ac.id)4/2/25

HALAMAN PENGESAHAN


Judul Skripsi : Pengaruh Keterampilan Wirausaha, Pengalaman Usaha
Dan Dukungan Sosial Media Terhadap Keberhasilan
Kewirausahaan Di Kota Medan
Nama : T. M. Adry Ryan
Npm : 188320225
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis


Disetujui Oleh:
Komisi Pembimbing


(Wan Rizca Amelia, SE, M.Si.)
Pembimbing


(Teddi Pribadi, SE, MM)
Pembimbing

Mengetahui


(Ahmad Rafiki, BBA (HONS), MMgt., Ph.D.)
Dekan


(Fitriani Tobing, SE, M.Si.)
Ka. Prodi Manajemen

Tanggal Lulus : 25 September 2024

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

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

Document Accepted 4/2/25

Access From (repository.uma.ac.id)4/2/25

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Pengaruh Keterampilan Wirausaha, Pengalaman Usaha Dan Dukungan Sosial Media Terhadap Keberhasilan Kewirausahaan Di Kota Medan" yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penelitian skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan dengan jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penelitian 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 dengan skripsi ini.

Medan, 25 September 2024

Peneliti



T. M. Adry Ryan

NPM: 188320225

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : T. M. Adry Ryan
NPM : 188320225
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "Pengaruh Keterampilan Wirausaha, Pengalaman Usaha Dan Dukungan Sosial Media Terhadap Keberhasilan Kewirausahaan Di Kota Medan". Dengan hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 25 September 2024

Peneliti



T. M. Adry Ryan

NPM: 188320225

ABSTRACT

This study aims to investigate respondents' perceptions regarding entrepreneurial skills, business experience, and social media support on entrepreneurial success. Additionally, this research seeks to determine the extent of the influence of entrepreneurial skills and business experience on entrepreneurial success in the Medan Sunggal area, both partially and simultaneously. The population for this study consists of 55 entrepreneurs, utilizing a saturated sampling method.

The analysis methods employed in this study include descriptive and verificative analyses, consisting of path analysis, multiple correlation analysis, coefficient of determination, and hypothesis testing through t-tests for partial effects and F-tests for simultaneous effects. The research findings indicate that strong entrepreneurial skills, demonstrated by a t-value of 4.375, increase the likelihood of entrepreneurial success. Similarly, business experience, with a t-value of 3.040, shows that accumulated experience from previous ventures enhances the chances of business success. Additionally, support from social media, with a t-value of 4.145, significantly contributes to business performance and exposure, thereby supporting overall business success. Simultaneously, the interaction among these three factors, as indicated by an F-value of 53.873, significantly impacts entrepreneurial success, underscoring the importance of developing skills, leveraging experience, and effectively utilizing social media in business management.

Keywords: *Entrepreneurial Skills, Business Experience, Social Media Support, Entrepreneurial Success.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai keterampilan wirausaha, pengalaman usaha, dan dukungan media sosial terhadap keberhasilan kewirausahaan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh keterampilan wirausaha dan pengalaman usaha terhadap keberhasilan kewirausahaan di daerah Medan Sunggal, baik secara parsial maupun simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah 55 pelaku usaha, dengan metode sampel jenuh digunakan sebagai teknik pengambilan sampel.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis deskriptif dan verifikatif, yang terdiri dari analisis jalur, analisis korelasi berganda, koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis melalui uji t untuk pengujian parsial dan uji f untuk pengujian simultan. Hasil penelitian menunjukkan Keterampilan wirausaha yang baik, ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 4,375, meningkatkan kemungkinan kesuksesan dalam berwirausaha. Begitu pula dengan pengalaman usaha, yang memiliki nilai t hitung 3,040, menunjukkan bahwa pengalaman yang terakumulasi dari berbagai usaha sebelumnya dapat meningkatkan peluang sukses dalam menjalankan bisnis. Selain itu, dukungan dari media sosial, dengan nilai t hitung 4,145, terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap kinerja dan eksposur bisnis, yang secara keseluruhan mendukung keberhasilan usaha. Secara simultan, interaksi antara ketiga faktor ini, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai F hitung 53,873, memberikan dampak yang signifikan terhadap kesuksesan dalam berwirausaha, menggarisbawahi pentingnya mengembangkan keterampilan, memanfaatkan pengalaman, dan menggunakan media sosial secara efektif dalam mengelola bisnis.

Kata Kunci: Keterampilan Wirausaha, Pengalaman Usaha, Dukungan Media Sosial, Keberhasilan Kewirausahaan

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat yang dilimpahkan-Nya sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan Proposal yang berjudul ***“Pengaruh Keterampilan Wirausaha, Pengalaman Usaha Dan Dukungan Sosial Media Terhadap Keberhasilan Kewirausahaan Di Kota Medan”*** ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen untuk memperoleh gelar Strata (S1) Ekonomi Manajemen. Penulis mengetahui bahwa proposal ini tidak dapat dipublikasikan tanpa dukungan banyak pihak, sehingga penulis dapat menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya 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, CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Sari Nuzullina R, SE, Ak, M.Acc selaku Bidang Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat merangkap Gugus Jaminan Mutu Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Medan Area
4. Ibu Fitriani Tobing, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Medan Area.
5. Ibu Eka Dwi Setia Tarigan, SE, M.Si selaku Ketua Dewan Penguji Sidang, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Medan Area
6. Ibu Wan Rizca Amelia, SE, M.Si, Selaku dosen pembimbing penulis yang berkenan meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan saran, kritikan, serta motivasi yang sangat bermanfaat dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu Muthya Rahmi Darmansyah SE, M.Sc, Selaku dosen Sekretaris pembimbing yang berkenan meluangkan waktunya untuk membimbing dan

memberikan saran, yang sangat bermanfaat dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Bapak Teddi Pribadi, SE, MM, selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan masukan dan saran yang sangat berharga kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Bapak Drs. Patar Marbun, SE, M.Si selaku ketua sidang yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan saran dan juga kritik dalam penyempurnaan skripsi penulis.
10. Seluruh staf pengajar dan pegawai pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Penulis menyadari bahwa kajian dalam penelitian skripsi ini juga memiliki beberapa keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca. Terima kasih.

Medan, 25 September 2024

Peneliti



T. M. Adry Ryan
NPM: 188320225

DAFTAR ISI

ABSTRAK	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Keberhasilan Wirausaha.....	9
2.1.2 Keterampilan Wirausaha	16
2.1.3 Pengalaman Usaha.....	19
2.1.4 Dukungan Sosial Media	26
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Kerangka konseptual.....	34
2.4 Hipotesis.....	35
BAB III METODEOLOGI PENELITIAN.....	37
3.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian	37
3.1.1 Jenis Penelitian	37
3.1.2 Lokasi Penelitian	37
3.2 Populasi dan Sampel	38
3.2.1 Populasi	38
3.2.2 Sampel	39
3.3 Definisi Dan Operasionalisasi Variabel Penelitian	39
3.3.1 Definisi Variable Penelitian	40
3.3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	41
3.3.3 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran	42
3.4 Jenis dan Sumber Data	43
3.4.1 Jenis Data	43
3.4.2 Sumber Data	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6 Teknik Analisis Data.....	44
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
3.6.2 Uji Statistik.....	45
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	46

3.6.4	Uji Hipotesis.....	47
3.6.5	Koefisien Determinasi (R ²).....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Gambaran Umum.....	49
4.2	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	49
4.2.1	Uji Validitas	49
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	52
4.3	Karakteristik Responden	53
4.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
4.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	55
4.3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Usaha Dimulai	56
4.4	Analisis Deskripsi Variabel Penelitian.....	56
4.4.1.	Keterampilan Kewirausahaan.....	57
4.4.2.	Pengalaman Usaha.....	58
4.4.3.	Dukungan Sosial Media	59
4.4.4.	Keberhasilan Wirausaha.....	61
4.5	Analisis Regresi	62
4.5.1	Regresi Linier Sederhana	62
4.6	Uji Asumsi Klasik.....	65
4.6.1.	Uji Normalitas	65
4.6.2.	Uji Multikolonieritas	67
4.6.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	68
4.7	Uji Statistik	69
4.7.1.	Hasil Regresi Linier Berganda	69
4.7.2.	Uji secara serempak atau Uji F.....	69
4.7.3.	Uji secara Individual atau Uji t.....	70
4.7.4.	Uji Koefisien Determinan R ²	71
4.8	Pembahasan.....	74
4.8.1	Pengaruh ketrampilan kewirausahaan terhadap keberhasilan wirausaha.....	76
4.8.2	Pengaruh pengalaman usaha terhadap keberhasilan wirausaha.....	77
4.8.3	Pengaruh dukungan sosial media terhadap keberhasilan wirausaha.....	78
4.8.4	Pengaruh ketrampilan kewirausahaan, pengalaman usaha, dukungan sosial media terhadap keberhasilan wirausaha.....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		83
5.1	Kesimpulan	83
5.2	Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....		1



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Nama Usaha di Daerah Medan Sunggal	2
Tabel 1.2 Daftar Usaha Yang Sudah Tutup/	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	37
Tabel 3.2 Daftar Nama Usaha di Daerah Medan Sunggal	38
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	41
Tabel 3.4 Skala Pengukuran.....	43
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Keterampilan Kewirausahaan (X1),.....	49
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Pengalaman Usaha(X2),.....	50
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Dukungan Sosial media (X3)	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Keberhasilan Wirausaha (Y)	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	55
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Usaha Dimulai	56
Tabel 4.10 Skala Interval	57
Tabel 4.11 Deskripsi Data Variabel Keterampilan Kewirausahaan.....	57
Tabel 4.12 Deskripsi Data Variabel Pengalaman Usaha	58
Tabel 4.13 Deskripsi Data Variabel Dukungan Sosial Media	59
Tabel 4.14 Deskripsi Data Variabel Keberhasilan Wirausaha.....	61
Tabel 4.15 Pengujian Regresi	62
Tabel 4.16 Hasil VIF (<i>Variance Inflation Factor</i>).....	67
Tabel 4.17 Hasil Uji Determinasi R ²	72
Tabel 4.18 Hasil Uji F	69
Tabel 4.19 Hasil Uji T.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Kerangka Berfikir konseptual	35
Gambar 4.1: Grafik Histogram Uji Normalitas.....	65
Gambar 4.2: Normal Plot Regression	66
Gambar 4.3: Hasil Uji <i>Heteroskedastisitas</i> dengan <i>Grafik Scatterplot</i>	68



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kewirausahaan merupakan sektor yang memiliki peran penting dalam menggerakkan perekonomian suatu kota, termasuk Kota Medan. Kondisi perekonomian yang dinamis, perkembangan teknologi, dan perubahan gaya hidup masyarakat menuntut adanya inovasi dan kreativitas dalam dunia usaha. Dalam menghadapi tantangan ini, keterampilan wirausaha, pengalaman usaha, dan dukungan sosial media menjadi faktor-faktor krusial yang dapat mempengaruhi keberhasilan kewirausahaan di Kota Medan khususnya medan tunggal.

Berdasarkan Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil Nomor 961/KEP/M/XI/1995, kewirausahaan diartikan sebagai semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan kegiatan yang mengarah pada upaya mencari dan menerapkan cara kerja yang lebih efisien. Ini melibatkan keberanian mengambil risiko, kreativitas, inovasi, serta peningkatan efisiensi untuk memberikan pelayanan yang lebih baik dan memperoleh keuntungan yang lebih besar. Dari perspektif para pemegang peranan kunci masyarakat, seperti pembuat kebijakan dan akademisi, kewirausahaan cenderung dikaitkan dengan perkembangan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Para pengusaha, baik besar, menengah, maupun kecil, turut berperan dalam pertumbuhan dan perkembangan infrastruktur suatu negara, Firmansyah, R., & Iffan, M. (2023).

Pertumbuhan ekonomi Kota Medan, terutama di daerah Medan tunggal, mempunyai konsekuensi tersendiri. Daerah ini, dengan kepadatan penduduk yang

tinggi dan variasi usaha yang kompleks, terutama di sektor UKM, menjadi lokasi strategis dekat pusat perkantoran, kampus dan pusat keramaian. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, setiap usaha dituntut untuk terus berkembang dan memiliki strategi yang tepat. Usaha kuliner, yang merupakan salah satu sektor yang berkembang pesat di Indonesia, menunjukkan adanya variasi produk baru, tren wisata kuliner, serta kemudahan pemesanan melalui aplikasi *smartphone*, Iskandar, & Safrianto. (2020).

Hasil penelitian prasarvei menunjukkan bahwa pemilik wirausaha di daerah Medan tunggal terdorong oleh berbagai faktor, seperti memenuhi kebutuhan hidup, peluang keberhasilan usaha yang cukup besar, keuntungan yang lebih besar dibandingkan gaji karyawan, dan fleksibilitas waktu kerja. Dengan adanya 55 pelaku wirausaha di daerah Medan Sunggal, semakin banyaknya jumlah usaha akan berdampak pada peningkatan persaingan usaha. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang matang agar usaha dapat terus bertahan dan memiliki keunggulan bersaing di tengah persaingan yang semakin ketat berikut daftar prasarvei:

Tabel 1.1 Daftar Nama Usaha di Daerah Medan Sunggal

NO	NAMA USAHA	NO	NAMA USAHA
1	Login Coffee Givency One	29	House of Brew
2	CV Medan baru (bengkel & dealer honda)	30	Panca Reklame (Reklame & Percetakan)
3	CV Medan fast travelindo (pariwisata dan paket tour)	31	Firm Medan Fotocopy & Percetakan
4	Lucky Laki Barbershop	32	Bengkel Surya Auto Service
5	Ruang Lima Cafe	33	Bengkel Medan Jaya Jalan Rebab
6	Percetakan Doras Jaya	34	Fotocopy Moro Copier& Percetakan
7	Idaman Printing Medan	35	Sumatra Roastery cofe
8	Real Family Cafe	36	Darigarasi coffee & roastery
9	Jinjit coffee & Bistro	37	Foto copy, ATK dan Percetakan palano jaya ringroad
10	Percetakan Inti Grafika	38	Barbershop Sunggal everywhere
11	Kalamera coffee	39	My Bengkel

NO	NAMA USAHA	NO	NAMA USAHA
12	Percetakan Bahtera Jaya	40	Giovani Barbershop
13	Bengkel Focus Station	41	Bengkel Mobil, Perdana Otomotif
14	J&K Barbershop	42	D'Raja Coffee
15	Bengkel Mobil Yudhi Jaya Speed Garage	43	Bengkel Sehat Motor Pro Auto Clinic
16	King Kuphi Ulee Kareng	44	Diff's.Co Coffee Shop
17	Passa Kafe	45	Barbekoe Coffee
18	Pos kuppi	46	Bengkel Katamso Service
19	Spartan Barbershop Ringroad	47	Kedai kopi Coklat
29	Anugerah Cafe	48	Funture Cafe
21	Centro Tea & Coffee	49	Percetakan Inti Grafika
22	Bengkel Central Service	50	Arkana Cafe
23	Percetakan Benny Grafindo	51	GM Barbershop
24	Wantcu Barbershop	52	d'Coffee Kedan
25	Labasta Cafe	53	Konveksi Sahabat Bordir Medan
26	Kinley Bistro	54	Racik Kopi
26	Bintang Mulia CBU Cars Specialist	55	Storekee Barbershop
28	Academy Barbershop Medan		

Sumber : Hasil Pra-SurveiPenulis (2023)

Berdasarkan informasi yang terdapat pada Tabel 1.1, dapat disimpulkan bahwa jumlah wirausaha di daerah Medan Sunggal tergolong banyak. Hal ini menuntut setiap pemilik usaha untuk memiliki kemampuan menciptakan konsep dan strategi usaha kuliner yang berbeda dari pesaing-pesaingnya. Keunikan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap kelangsungan usaha mereka, Momen, M. A., et al, (2020).

Hasil pra-survei yang dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa pemilik usaha dan konsumen mengenai masalah-masalah yang dihadapi oleh usaha, serta faktor-faktor yang membuat konsumen kehilangan minat untuk kembali ke cafe yang pernah mereka kunjungi, mengungkapkan beberapa temuan penting. Salah satunya adalah adanya persaingan yang ketat antara wirausaha di daerah Medan Sunggal. Mayoritas wirausaha di daerah ini terlihat jarang menciptakan inovasi dan kreativitas dalam menyajikan makanan dan minuman kepada konsumen. Berikut ukm yang tutup:

Tabel 1. 2 Daftar Usaha Yang Sudah Tutup/Berganti Nama Daerah Medan Sunggal

NO	NAMA USAHA	KETERANGAN
1	Percetakan Adelia	Tutup
2	Reklame & Percetakan Putra Jawa	Tutup
3	RAM Cofe	Tutup
4	Bola Cafe	Berganti menjadi Pasgo Plasytation 3
5	Bengkel AZIS	Tutup
6	Kliney Sunggal	Tutup
7	Percetakan Wanda	Tutup
8	Ghifari Konveksi Medan	Tutup
9	Dua Naga Service Mobil Medan	Tutup

Sumber : Hasil Pra-SurveiPenulis (2023)

Contohnya, beberapa usaha di daerah Medan Sunggal belum sepenuhnya memperhatikan atmosfer atau suasana toko dari lokasi usaha mereka. Selain itu, masih ditemukan bahwa beberapa wirausaha di daerah Medan Sunggal tidak mampu memberikan pelayanan yang optimal kepada konsumennya. Hal ini mencakup aspek-aspek Keterampilan kewirausahaan, pengalaman usaha, dan dukungan sosial media yang menjadi faktor penting dalam keberhasilan berwirausaha. Dengan demikian, para pemilik usaha di daerah Medan Sunggal perlu memperhatikan aspek-aspek tersebut guna meningkatkan daya saing dan memastikan kelangsungan usaha mereka di tengah persaingan yang semakin ketat, Mubarok, M. I., & Nurohman, D. (2022).

Peran Keterampilan Wirausaha, keterampilan wirausaha menjadi pondasi utama dalam mengelola dan mengembangkan bisnis. Keterampilan tersebut mencakup kemampuan merencanakan, mengorganisir, dan mengambil keputusan yang tepat. Di Kota Medan, keberhasilan kewirausahaan sangat tergantung pada sejauh mana para pelaku usaha memiliki dan dapat mengaplikasikan keterampilan wirausaha dalam menjalankan bisnisnya, Rizky, F. A, et al. (2023).

Pentingnya Pengalaman Usaha, pengalaman usaha memiliki peran signifikan dalam membentuk pola pikir dan strategi pengelolaan bisnis. Pengusaha yang telah memiliki pengalaman sebelumnya cenderung lebih mampu menghadapi tantangan dan peluang bisnis. Oleh karena itu, pemahaman akan sejarah bisnis di daerah Medan tunggal dan pengalaman berwirausaha dapat menjadi modal berharga dalam mencapai keberhasilan kewirausahaan.

Dampak Dukungan Sosial Media, perkembangan teknologi, khususnya sosial media, telah membawa perubahan signifikan dalam dunia bisnis. Dukungan sosial media tidak hanya memungkinkan pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas bisnisnya, tetapi juga sebagai alat untuk berinteraksi dan mendapatkan umpan balik dari konsumen. Bagaimana para wirausahawan di daerah Medan tunggal memanfaatkan potensi sosial media dapat memengaruhi keberhasilan bisnis mereka, Sinaga, E. V. (2022).

Memahami kondisi kewirausahaan di Kota Medan Sunggal menjadi hal penting. Potret secara umum tentang jumlah usaha, sektor yang dominan, dan tantangan khusus yang dihadapi para pelaku usaha di wilayah ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai keberhasilan dan potensi pengembangan kewirausahaan di masa depan. Dengan merinci latar belakang ini, penelitian lebih lanjut tentang pengaruh keterampilan wirausaha, pengalaman usaha, dan dukungan sosial media terhadap keberhasilan kewirausahaan di Kota Medan Sunggal dapat memberikan kontribusi signifikan dalam upaya meningkatkan sektor wirausaha di kota tersebut, Wijaya, W. & Handoyo, (2023).

Dari masalah yang terjadi di perusahaan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***“Pengaruh Keterampilan Wirausaha, Dan***

Pengalaman Usaha Dan Dukungan Sosial Media Terhadap Keberhasilan Kewirausahaan Di Kota Medan”.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam konteks wirausaha di daerah Medan Sunggal, terdapat beberapa permasalahan krusial yang dapat berdampak signifikan pada kelangsungan usaha. Beberapa wirausaha cenderung kurang inovatif dalam menciptakan konsep dan strategi kuliner yang unik, mengakibatkan kesulitan menarik perhatian konsumen di pasar yang penuh persaingan. Persaingan yang ketat antar wirausaha juga berpotensi merugikan, kurangnya inovasi dan kreativitas dalam penyajian produk. Pentingnya aspek keterampilan kewirausahaan, pengalaman usaha, dan dukungan sosial media menyoroti perlunya fokus pada elemen-elemen tersebut untuk memastikan keberhasilan dan pertumbuhan berkelanjutan bagi para pemilik wirausaha di daerah tersebut.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Adapun Pertanyaan Penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah keterampilan kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan wirausaha di kota Medan?
2. Apakah pengalaman usaha berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan wirausaha di kota Medan?
3. Apakah dukungan sosial media kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan wirausaha di kota Medan?

4. Apakah keterampilan kewirausahaan, pengalaman usaha, dan dukungan sosial media serempak berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan wirausaha di kota Medan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui keterampilan kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan wirausaha di kota Medan.
2. Untuk mengetahui pengalaman usaha berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan wirausaha di kota Medan.
3. Untuk mengetahui dukungan sosial media kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan wirausaha di kota Medan.
4. Untuk mengetahui keterampilan kewirausahaan, pengalaman usaha, dan dukungan sosial media serempak berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan wirausaha di kota Medan

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti
Untuk membandingkan antara teori yang didapat dengan praktek yang dijalankan
2. Bagi wirausaha dan UKM kota medan sebagai masukan untuk memperbaiki dan meningkatkan keberhasilan kewirausahaan melalui perbaikan dari variabel keterampilan wirausaha dan pengalaman usaha dan dukungan sosial media.

3. Bagi akademisi sebagai rujukan bagi mahasiswa yang melakukan penelitian terhadap keberhasilan kewirausahaan dari variabel keterampilan wirausaha dan pengalaman usaha dan dukungan sosial media.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Keberhasilan Wirausaha

2.1.1.1 Definisi Kewirausahaan

Menurut Sinaga (2016:1), "Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses." Secara etimologi, kewirausahaan pada dasarnya merupakan kemampuan dalam berpikir kreatif dan berperilaku inovatif, yang dijadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, dan kiat dalam menghadapi tantangan hidup. Kewirausahaan seringkali dikaitkan dengan proses, pembentukan, atau pertumbuhan suatu bisnis baru yang berorientasi pada perolehan keuntungan, penciptaan nilai, dan pengembangan produk atau jasa baru yang bersifat unik dan inovatif.

Menurut Suryana (2008:2), "Kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses pengelolaan sumber daya dengan cara baru dan berbeda, seperti pengembangan teknologi, penemuan pengetahuan ilmiah, perbaikan produk, dan jasa yang ada, serta menemukan cara-cara baru untuk mendapatkan produk yang lebih banyak dengan sumber daya yang lebih efisien."

Menurut Zimmerer (2002:3), "Seorang wirausahawan adalah seseorang yang menciptakan sebuah bisnis baru dengan mengambil risiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan, dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendirikaninya." Dari beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menciptakan peluang dan dimanfaatkan dengan baik sehingga akan memperoleh keuntungan lebih besar dan hasilnya bermanfaat bagi orang lain.

2.1.1.2 Keberhasilan Kewirausahaan

Keberhasilan merupakan suatu keadaan di mana seseorang memperoleh hasil dari tindakan atau pekerjaan yang telah dilakukan. Keberhasilan dapat menjadi penentu apakah suatu usaha dapat terus berlanjut atau harus berhenti, karena dapat menjadi suatu penilaian bagi perusahaan atau organisasi. Keberhasilan usaha mencakup pertumbuhan yang dicapai dari upaya yang telah dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Menurut Porter (1991) seperti yang dikutip oleh Setyawati (2012), suatu bisnis dapat mencapai keberhasilan jika tiga kondisi berikut terpenuhi:

1. Tujuan perusahaan dan kebijakan fungsi-fungsi manajemen (seperti produksi dan pemasaran) harus secara kolektif memperlihatkan posisi kuat di pasar.
2. Tujuan dan kebijakan tersebut harus diperbaharui terus-menerus berdasarkan kekuatan perusahaan serta mengikuti perubahan peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal.

3. Perusahaan mampu memiliki dan menggali kompetensi khusus sebagai pendorong untuk menjalankan perusahaan, seperti reputasi merek dan strategi biaya rendah.

Usaha memiliki peluang untuk sukses atau gagal. Menurut Zimmerer (1996) seperti yang dikutip oleh Sinaga (2016:77), beberapa faktor yang dapat menyebabkan kegagalan seorang wirausaha dalam menjalankan usaha barunya meliputi:

Berikut adalah penjelasan mengenai faktor-faktor yang dapat menyebabkan kegagalan seorang wirausaha dalam menjalankan usaha barunya:

1. Ketidakmampuan dalam Hal Manajerial: Kurangnya keterampilan dan pemahaman dalam bidang manajemen dapat mengakibatkan kesulitan dalam mengorganisir, mengarahkan, dan mengendalikan sumber daya untuk mencapai tujuan usaha. Keputusan manajerial yang tidak tepat dapat berdampak negatif pada kinerja dan keseluruhan operasional perusahaan.
2. Kurang Pengalaman dalam Kemampuan Teknis, Visualisasi Usaha, Koordinasi, Manajemen Sumber Daya Manusia, dan Integrasi Operasi Perusahaan: Kurangnya pengalaman dalam berbagai aspek operasional bisnis, seperti teknis, perencanaan visual, koordinasi, manajemen SDM, dan integrasi operasi perusahaan, dapat menghambat keberhasilan usaha. Pengalaman yang kurang dapat membuat wirausaha kesulitan dalam menghadapi berbagai tantangan dan mengelola kegiatan bisnis dengan efektif.

3. Kesulitan dalam Mengendalikan Keuangan: Kegagalan dalam mengelola keuangan usaha dapat mengakibatkan ketidakstabilan finansial. Kurangnya pemahaman tentang manajemen keuangan, termasuk pengelolaan pendapatan, pengeluaran, dan investasi, dapat membuat usaha mengalami kesulitan likuiditas atau bahkan kebangkrutan.
4. Gagal dalam Perencanaan: Keberhasilan usaha sangat tergantung pada perencanaan yang baik. Kegagalan dalam merencanakan langkah-langkah strategis, tujuan bisnis, dan langkah-langkah taktis dapat membuat usaha kehilangan arah dan kurang siap menghadapi perubahan pasar dan persaingan.
5. Lokasi yang Kurang Memadai: Pemilihan lokasi yang tidak strategis dapat berdampak negatif pada daya tarik usaha. Lokasi yang kurang strategis dapat mengurangi jumlah pelanggan potensial dan mempengaruhi ketersediaan sumber daya atau aksesibilitas ke pasar.
6. Kurangnya Pengawasan terhadap Peralatan: Pengawasan yang kurang terhadap peralatan operasional dapat mengakibatkan penurunan efisiensi dan produktivitas. Pemeliharaan dan pemantauan rutin terhadap peralatan sangat penting untuk memastikan kelancaran operasional usaha.
7. Sikap Kurang Sungguh-sungguh dalam Berusaha: Sikap yang kurang berdedikasi dan kurangnya komitmen terhadap usaha dapat menghambat kemajuan. Keberhasilan memerlukan dedikasi tinggi, ketekunan, dan semangat kerja yang kuat dari seorang wirausaha.

8. Ketidakmampuan dalam Melakukan Peralihan atau Transisi Kewirausahaan: Kemampuan untuk beradaptasi dan melakukan perubahan strategis dalam menghadapi perubahan pasar atau lingkungan bisnis sangat penting. Kegagalan dalam melakukan peralihan atau transisi dapat membuat usaha ketinggalan dalam persaingan dan menghadapi risiko kegagalan.

Dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut, seorang wirausaha dapat meningkatkan peluang keberhasilan usahanya dan mengurangi risiko kegagalan.

2.1.1.3 Indikator Keberhasilan Wirausaha

Indikator keberhasilan usaha, sebagaimana dikemukakan oleh Noor (2007:397), mencakup beberapa kriteria penting yang dapat dijadikan sebagai acuan untuk menilai kesuksesan suatu usaha. Berikut adalah indikator keberhasilan usaha yang dijabarkan:

1. Laba (Profitability): Laba merupakan tujuan utama dari bisnis, di mana peningkatan kekayaan diperoleh dari hasil penanaman modal. Keberhasilan usaha dapat dinilai dari seberapa besar laba yang berhasil dihasilkan, yang mencerminkan efektivitas dan efisiensi pengelolaan sumber daya.
2. Produktivitas dan Efisiensi: Produktivitas usaha menentukan seberapa besar produksi yang dapat dihasilkan. Tingkat efisiensi operasional juga mempengaruhi produksi, penjualan, dan akhirnya pendapatan. Keberhasilan usaha dapat dilihat dari seberapa baik produktivitas dan efisiensi operasionalnya.

3. **Daya Saing:** Daya saing menunjukkan kemampuan atau ketangguhan usaha dalam bersaing untuk mendapatkan perhatian dan loyalitas konsumen. Usaha dianggap berhasil jika mampu mengatasi pesaing atau setidaknya bertahan dalam persaingan yang sengit.
4. **Kompetensi dan Etika Usaha:** Kompetensi dan etika usaha mencerminkan akumulasi pengetahuan, hasil penelitian, dan pengalaman dalam bidang usaha secara kuantitatif maupun kualitatif. Keberhasilan usaha dapat terlihat dari kemampuan untuk menghasilkan inovasi yang sesuai dengan tuntutan zaman.
5. **Terbangunnya Citra Baik:** Citra baik perusahaan terbagi menjadi dua, yaitu trust internal dan trust external. Trust internal mengacu pada kepercayaan dari seluruh pihak yang ada dalam perusahaan. Sementara trust external mencakup rasa amanah atau kepercayaan dari seluruh stakeholder perusahaan, termasuk konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat luas, dan bahkan pesaing. Keberhasilan usaha dapat dilihat dari seberapa baik citra baik ini terbangun dan dipertahankan.

2.1.1.4 Faktor-Faktor Keberhasilan Wirausaha

Menurut Suryana (2008:67), keberhasilan seorang wirausaha ditentukan oleh beberapa faktor, yaitu sebagai berikut:

1. **Kemampuan dan Kemauan:** Orang yang tidak memiliki kemampuan tetapi memiliki kemauan, dan sebaliknya, tidak akan menjadi wirausaha yang sukses. Keberhasilan memerlukan keseimbangan antara kemampuan dan kemauan.

2. Tekad yang Kuat dan Kerja Keras: Orang yang tidak memiliki tekad yang kuat tetapi mau bekerja keras, dan sebaliknya, juga tidak akan menjadi wirausaha yang sukses. Keberhasilan memerlukan tekad yang kuat dan komitmen untuk bekerja keras.
3. Mengetahui Peluang yang Ada dan Berusaha Meraihnya Ketika Ada Kesempatan: Keberhasilan wirausaha juga bergantung pada kemampuan untuk mengenali peluang yang ada dan bersedia berusaha meraihnya ketika ada kesempatan. Inisiatif untuk mengambil peluang merupakan faktor kunci dalam kesuksesan wirausaha.

Selain itu, menurut Ensari dan Karabay (2014:194), faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis UKM diklasifikasikan ke dalam kategori berikut:

- Karakteristik Pengusaha
- Karakteristik UKM
- Manajemen dan Pengetahuan
- Produk dan Layanan
- Pelanggan dan Pasar
- Cara Melakukan Bisnis dan Kerjasama
- Sumber Daya dan Keuangan
- Lingkungan Eksternal
- Internet/ sosial media

Keseluruhan faktor-faktor ini saling berinteraksi dan saling memengaruhi untuk menciptakan kondisi yang mendukung keberhasilan bisnis UKM. Dengan

memahami dan mengelola faktor-faktor ini, seorang pengusaha dapat meningkatkan peluang keberhasilan bisnisnya.

2.1.2 Keterampilan Wirausaha

2.1.2.1 Pengertian Keterampilan Wirausaha

Gibb, dalam Fitriati dan Hermiati (2010), menyatakan bahwa proses kewirausahaan melibatkan perilaku, keterampilan, dan atribut yang dimiliki seseorang dalam konteks kewirausahaan. Dalam pengembangan perilaku kewirausahaan, diperlukan suatu proses yang mencakup identifikasi sifat-sifat yang terkait dengan kewirausahaan, baik dalam bentuk keterampilan maupun atribut yang melekat pada kewirausahaan. Pendapat berbeda juga disampaikan oleh Muhyi (2012); menurutnya, keterampilan merupakan salah satu ciri khas berwirausaha dan menjadi faktor pendukung keberhasilan kewirausahaan pada usaha kecil dan menengah. Suryana (2013) mengartikan keterampilan wirausaha sebagai keberhasilan seseorang wirausaha dalam mengimplementasikan kompetensi yang dimilikinya dengan baik, secara ilmu pengetahuan yang diimplementasikan secara tepat, dan kualitas individu dalam melaksanakan kegiatan berwirausaha. Menurut Kenneth (2013), keberhasilan kewirausahaan dapat tercipta apabila pelaku usaha memiliki keterampilan individual yang lebih, seperti keterampilan manajerial dan keterampilan dalam mempertahankan kualitas produk yang diproduksi.

Dari pengertian yang telah dijelaskan oleh para ahli, dapat disimpulkan bahwa keterampilan wirausaha dapat dimiliki oleh seseorang yang bermaksud menjadi pelaku usaha. Tidak hanya sebatas niatan belaka, pelaku usaha juga

dituntut untuk memiliki ide kreatif dan berinovasi terhadap keterampilan individu yang dimilikinya. Keterampilan wirausaha menjadi faktor pendorong bagi pelaku usaha untuk mempertahankan kualitas produk, mendapatkan citra baik dari pelanggan, dan meningkatkan tingkat pendapatan. Keahlian pelaku usaha dalam mengaplikasikan segala keterampilan yang dimilikinya serta pengetahuan yang dimiliki dapat mendorong perkembangan keterampilan wirausaha. Secara tidak sadar, pelaku usaha dapat mengembangkan keterampilannya melalui keterlibatannya langsung dalam kegiatan-kegiatan berwirausaha. Hal ini menciptakan kebiasaan baik dan membuat pelaku usaha lebih peka terhadap perubahan di lingkungan usaha, baik itu lingkungan internal maupun lingkungan eksternal.

2.1.2.2 Dimensi Keterampilan Wirausaha

Chang dan Rieple (2013:227) menyatakan bahwa ada empat dimensi keterampilan wirausaha, yaitu:

1. Technical Skills:

Sejumlah wirausahawan yang sukses memiliki kompetensi dalam mengelola operasional di luar dasar produksi produk atau layanan. Ini mencakup kemampuan mengelola rantai pasokan dan pengetahuan tentang teknologi baru.

2. Management Skills:

Keterampilan ini mencakup perencanaan dan pengorganisasian, mengidentifikasi pelanggan dan saluran distribusi, mengelola sumber daya, serta kemampuan

mengatur di tempat yang tepat dan struktur sistem kontrol. Keterampilan ini mencakup keterampilan tingkat tinggi, seperti mencari pemecahan masalah, kemampuan untuk membangun kemampuan inti, dan kemampuan menangani karyawan secara efektif.

3. *Entrepreneurship Skills:*

Keterampilan ini mencakup perencanaan bisnis, kepekaan terhadap peluang, analisis lingkungan bisnis, dan kemampuan mengakses keahlian eksternal.

4. *Personal Maturity Skills:*

Keterampilan ini mencakup kesadaran diri, kemampuan merefleksikan apa yang terjadi, mengenali dan memperbaiki kelemahan, bertanggung jawab untuk memecahkan masalah, dan kemampuan untuk menghasilkan solusi.

2.1.2.3 Indikator Keterampilan Wirausaha

Indikator keterampilan wirausaha menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2016:32), seorang wirausaha harus memiliki berbagai keterampilan, antara lain:

1. *Self knowledge:* Memiliki pengetahuan tentang usaha yang akan dilakukan atau ditekuni.
2. *Imagination:* Memiliki imajinasi, ide, dan perspektif, serta tidak mengandalkan kesuksesan masa lalu.
3. *Practical knowledge:* Memiliki pengetahuan praktis, seperti pengetahuan teknik, desain, proses produksi, pembukuan, administrasi, dan pemasaran.

4. *Search skill*: Kemampuan untuk menemukan dan berkreasi.
5. *Foresight*: Berpandangan jauh ke depan.
6. *Computation skill*: Kemampuan berhitung dan kemampuan memprediksi keadaan masa yang akan datang.
7. *Communication skill*: Kemampuan untuk berkomunikasi, bergaul, dan berhubungan dengan orang lain.

2.1.3 Pengalaman Usaha

Pengalaman usaha merujuk pada peristiwa atau kegiatan konkret yang pernah dialami seseorang saat berwirausaha. Pengalaman tersebut memberikan pembelajaran berupa ilmu, pengetahuan, kemampuan, dan keterampilan yang dapat diambil dari peristiwa tersebut. Menurut Riyanti (2003), pengalaman usaha memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha kecil.

Pengalaman usaha diperoleh ketika seseorang terlibat secara langsung dalam kegiatan wirausaha, seperti pemasaran, produksi, dan manajemen keuangan (Jeff Madura, 2012: 343). Namun, dalam penelitian ini, pengalaman manajemen karyawan tidak disertakan, karena pada umumnya usaha yang dilakukan oleh mahasiswa dikelola sendiri tanpa melibatkan perekrutan karyawan. Seseorang yang belum pernah terlibat dalam kegiatan usaha tidak memiliki pengalaman mengelola usaha. Dengan demikian, tingkat keterlibatan seseorang dalam suatu kegiatan wirausaha dapat menjadi tolak ukur pengalaman dalam usaha.

Menurut Fransisca & Adiputra (2019), pengalaman dianggap sebagai guru terbaik. Kompetensi hanya dapat dicapai dalam jangka panjang, dan kompleksitas

pelaku dan perilaku bisnis akan memengaruhi kehidupan bisnis. Pengalaman yang kurang dalam hal bisnis mungkin hal yang wajar, tetapi perlu dipupuk terus-menerus. Pengalaman juga dapat mencakup pengalaman sosial, seperti kemampuan bergaul, pemahaman aturan komunitas, hukum, dan aturan lain dalam kehidupan bisnis, yang dapat memengaruhi keberhasilan bisnis (Susanto, 2014).

Sudaresti (2014) menyatakan bahwa pengalaman sumber daya manusia (SDM) adalah tingkat penguasaan pengetahuan dan keterampilan seseorang dalam berwirausaha, yang dapat diukur dari lamanya seseorang berwirausaha dan tingkat pengetahuan serta keterampilan yang dimilikinya. Pengalaman seseorang dalam pekerjaan tertentu juga sangat ditentukan oleh rentang waktu lamanya seseorang menjalani pekerjaan tersebut.

Pengalaman dapat dipandang sebagai pemicu potensi seseorang dalam melakukan pekerjaan tertentu, termasuk sebagai pelaku usaha. Pengalaman juga dapat meningkatkan tingkah laku seseorang sebagai pelaku usaha, menghasilkan cara kerja yang lebih efektif dan efisien (Megantoro, 2015). Firmansyah (2018) menambahkan bahwa pengalaman berwirausaha memiliki pengaruh positif terhadap terbentuknya wirausaha yang berhasil. Pengalaman usaha dapat mendorong sikap seseorang untuk memiliki niat usaha yang tinggi.

2.1.3.1 Dimensi Pengalaman Usaha

Dimensi pengalaman usaha dan faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengalaman Usaha Menurut Megantoro (2015). Pengalaman usaha dipengaruhi oleh berbagai faktor yang membentuk dimensi-dimensi khusus. Megantoro (2015)

mengidentifikasi beberapa faktor yang memengaruhi pengalaman usaha, antara lain:

1. Latar Belakang Pribadi:

Latar belakang pribadi mencakup pendidikan, kursus, latihan, dan pengalaman kerja sebelumnya. Ini mencerminkan apa yang telah dilakukan seseorang pada periode waktu sebelumnya. Pengalaman pendidikan, pelatihan, dan pekerjaan sebelumnya dapat memberikan landasan bagi pengalaman usaha selanjutnya.

2. Bakat dan Minat:

Faktor ini berkaitan dengan bakat alami dan minat seseorang. Bakat dan minat dapat digunakan untuk memperkirakan minat serta kapasitas atau kemampuan tanggung jawab seseorang terhadap suatu usaha. Penggunaan bakat dan minat yang sesuai dapat memperkaya pengalaman usaha.

3. Sikap dan Kebutuhan (*Attitudes and Needs*):

Sikap dan kebutuhan seseorang dapat mempengaruhi cara mereka menanggapi tanggung jawab dan wewenang dalam menjalankan usaha. Sikap positif dan pemenuhan kebutuhan yang efektif dapat meningkatkan kualitas pengalaman usaha.

4. Kemampuan Analitis dan Manipulatif:

Kemampuan analitis dan manipulatif mencakup kemampuan untuk melakukan penilaian dan analisis. Penggunaan kemampuan ini dapat memperkaya pemahaman dan pengambilan keputusan dalam menghadapi berbagai tantangan dan peluang usaha.

5. Keterampilan dan Kemampuan Teknik:

Faktor ini mencakup keterampilan teknis seseorang dalam melaksanakan aspek-aspek teknis pekerjaan. Keterampilan dan kemampuan teknis yang baik dapat meningkatkan performa operasional dan kualitas eksekusi dalam konteks usaha.

Pengembangan faktor-faktor ini dapat membentuk dimensi-dimensi khusus dalam pengalaman usaha seseorang. Dengan memahami faktor-faktor ini, seseorang dapat lebih baik mempersiapkan diri dan meningkatkan kualitas pengalaman usaha mereka.

2.1.3.2 Indikator Pengalaman Usaha

Dalam penelitian ini, indikator pengalaman usaha mencakup beberapa kegiatan yang dapat memberikan pemahaman dan keterampilan yang berharga kepada seorang wirausaha.

Indikator pengalaman usaha yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan beberapa aspek kunci dari kegiatan bisnis. Indikator ini mencakup pengalaman usaha pada kegiatan wirausaha sebelumnya, baik itu terkait dengan jenis usaha yang sama atau berbeda. Faktor ini dapat memberikan wawasan tentang sejauh mana seseorang memiliki pengalaman dan pemahaman sebelumnya dalam dunia wirausaha (Riyanti, 2003).

1. Keterlibatan dengan Kegiatan Wirausaha Sebelumnya: Pengalaman usaha pada kegiatan wirausaha sebelumnya menjadi faktor penting, baik itu dalam jenis usaha yang sama maupun berbeda. Hal ini merujuk pada partisipasi

dan keterlibatan seseorang dalam dunia wirausaha sebelumnya, yang dapat membentuk pengetahuan dan keterampilan yang berharga.

2. Pengalaman Pemasaran Menurut Shmitt dan Kottler: Menurut Shmitt, pengalaman pemasaran (*experiential marketing*) melibatkan peristiwa-peristiwa pribadi yang terjadi karena stimulus tertentu, misalnya dari pihak pemasar sebelum dan sesudah pembelian barang atau jasa. Sementara itu, menurut Kottler, kegiatan pengalaman pemasaran melibatkan konsep marketing mix dengan empat komponen utama yang dikenal sebagai 4P.

Marketing Mix (4P):

- a) *Product (Produk):* Produk mencakup segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan, baik berupa barang atau jasa. Komponen-komponen penting dalam produk melibatkan ragam produk, merek, kemasan, dan jaminan. Konsumen mempertimbangkan elemen-elemen ini saat membuat keputusan pembelian.
- b) *Price (Harga):* Kebijaksanaan harga memiliki peran krusial dalam menentukan keberhasilan pemasaran produk. Harga merupakan satu-satunya unsur yang menghasilkan pemasukan atau pendapatan bagi seorang wirausaha. Berbagai trik pemasaran terkait harga, seperti diskon, potongan harga, dan layanan kredit pembelian, dapat digunakan untuk memengaruhi perilaku pembelian konsumen.
- c) *Place or Distribution (Tempat atau Distribusi):* Saluran distribusi merupakan suatu sistem yang bertujuan menggerakkan atau menyalurkan produk dari produsen ke konsumen. Tujuan distribusi

adalah mencapai pasar tertentu, melibatkan pilihan lokasi penjualan, manajemen persediaan produk, dan pemilihan transportasi yang sesuai. Hal ini mencakup strategi untuk membuat produk tersedia di tempat-tempat yang diinginkan konsumen.

- d) *Promotion* (Promosi): Teknik promosi yang tepat berperan penting dalam kesuksesan pemasaran. Kombinasi promosi termasuk kegiatan periklanan, promosi penjualan, dan penjualan langsung. Semua elemen promosi ini digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan, meningkatkan kesadaran merek, dan memengaruhi perilaku konsumen. Promosi membantu menciptakan citra positif produk di mata konsumen.

3. Pengalaman Produksi:

Lalu (2013) menyebutkan bahwa manajemen produksi melibatkan empat kerangka utama:

- a) Biaya (Cost): Keuntungan dapat dicapai jika harga jual melebihi biaya produksi.
- b) Mutu atau Kualitas Produk: Menekankan pada kualitas produk yang mencakup standar mutu yang harus dipenuhi.
- c) Keandalan Penyampaian Produk: Fokus pada jaminan produksi yang tepat waktu sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
- d) Tanggap terhadap Perubahan (Flexibility): Kesiapan untuk menghadapi perubahan dalam bisnis yang terjadi. Fleksibilitas adalah kunci untuk menyesuaikan diri dengan dinamika pasar.

Selain itu, Anoraga (2011) menjelaskan bahwa dalam kegiatan produksi dan operasi, penanganan berbagai masukan (input) diperlukan agar dapat menghasilkan berbagai keluaran (output) dalam jumlah yang memadai, dengan kualitas barang yang baik, harga yang bersaing, serta sesuai dengan waktu dan tempat tertentu sesuai dengan permintaan konsumen.

4. Pengalaman Manajemen Keuangan:

Suryana (2013) memandang pengelolaan keuangan sebagai upaya untuk mengelola sumber dana, menggunakan dana tersebut, dan mengendalikan dana-dana perusahaan. Tiga aspek kunci yang perlu diperhatikan dalam pengelolaan keuangan melibatkan:

- a) Aspek Sumber Dana: Menyangkut pencarian dan pengelolaan sumber-sumber dana yang diperlukan perusahaan.
- b) Aspek Rencana dan Penggunaan Dana: Berkaitan dengan perencanaan dan strategi penggunaan dana perusahaan.
- c) Aspek Pengawasan atau Pengendalian Keuangan: Mencakup mekanisme pengawasan untuk memantau dan mengendalikan arus keuangan perusahaan.

Dengan mempertimbangkan indikator-indikator ini, penelitian dapat menggali sejauh mana pengalaman usaha seseorang dalam berbagai aspek, yang pada gilirannya dapat memberikan wawasan tentang tingkat kesiapan dan kemampuan wirausaha tersebut dalam mengelola usahanya.

2.1.4 Dukungan Sosial Media

2.1.4.1 Pengertian Dukungan Sosial Media

Pengertian Sosial Media telah menjadi salah satu kebutuhan primer bagi setiap individu, terutama karena adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan dari berbagai belahan bumi yang berbeda. Kemajuan teknologi dan informasi, serta semakin canggihnya perangkat yang diproduksi oleh industri, membawa "dunia dalam genggaman." Media sosial adalah layanan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan konsumen untuk berbagi pendapat, pemikiran, pandangan, dan pengalaman (Kaplan & Haenlein, 2010).

Sosial Media yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia termasuk Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, dan lain sebagainya. Media sosial ini dapat menghubungkan berbagai macam pengguna dari seluruh tempat di dunia ke pengguna lainnya dan menjadi tempat yang luas sebagai penyedia informasi. Perkembangan teknologi informasi dari masa ke masa terus tumbuh, sehingga diperlukan wawasan dan keterampilan, seperti kemampuan untuk melakukan promosi dengan media online. Media sosial dapat digunakan untuk promosi atau sebagai sarana untuk menjalankan usaha online.

Di era digital saat ini, pengguna media sosial dapat dengan mudah mengakses informasi melalui gambar, video, dan berbagai model konten lainnya. Meskipun dalam dunia bisnis umumnya pengusaha menggunakan media offline untuk menjalankan usahanya, namun, seiring maraknya pengguna teknologi digital, banyak usaha atau bisnis yang beralih menggunakan media online untuk menjual atau mempromosikan produk mereka. Selain itu, media online menawarkan biaya

yang lebih murah dan dapat diakses di mana saja. Beberapa media sosial umum yang dijadikan pilihan untuk melakukan kegiatan usaha secara online antara lain:

1. TikTok

TikTok adalah platform media sosial yang sangat populer, terutama di kalangan generasi muda. TikTok memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan video singkat dengan berbagai efek kreatif. Bisnis dapat memanfaatkan daya tarik visual TikTok untuk membuat konten yang unik dan menarik. Melalui kampanye pemasaran kreatif, Anda dapat mencapai audiens yang luas dan berinteraksi dengan mereka melalui format video yang dinamis di TikTok.

2. Instagram

Instagram adalah media sosial yang sangat efektif untuk melakukan promosi melalui gambar atau foto. Berbeda dengan platform lainnya, Instagram memiliki aplikasi yang dapat memberikan efek seni pada foto produk usaha atau orang-orang yang menggunakan jasa usaha Anda.

3. Facebook

Facebook adalah situs media sosial terbesar yang digunakan oleh hampir semua orang. Melalui Facebook, pengguna dapat membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, konsumen, atau klien bisnis. Selain itu, Facebook juga dapat efektif digunakan sebagai platform periklanan. Cukup dengan membuat konten bisnis yang menarik dan unik, Anda dapat mencapai audiens dengan efektif.

4. WhatsApp

WhatsApp merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia. Sebagai platform pesan tanpa biaya, WhatsApp tidak hanya digunakan untuk kepentingan bersosialisasi, tetapi juga mempermudah pekerjaan dan dapat dijadikan sarana periklanan.

5. Twitter

Twitter berbeda dari jenis media sosial lainnya karena lebih berfokus pada tulisan, foto, dan video. Fitur utas Twitter memungkinkan pengguna untuk berbagi tulisan panjang, dan platform ini sering digunakan oleh orang untuk membahas topik terkini. Dengan Twitter, Anda dapat menarik pelanggan melalui konten tulisan, foto, dan video, serta mengikuti dan berpartisipasi dalam percakapan yang sedang tren.

2.1.4.2 Faktor-faktor Dukungan Mediasosial

Penggunaan media sosial mempermudah komunikasi internatif antara pengusaha dengan siapapun, termasuk konsumen, dan berbagai pihak yang berkepentingan, kapanpun dan dimanapun. Media sosial, menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2012: 568), merupakan informasi teks, gambar, audio, dan video yang saling berbagi satu sama lain dan dengan perusahaan. Bagi menjadi seorang wirausaha yang sukses, mahasiswa harus mampu memperluas jaringan komunikasinya dengan orang lain (Herwaman Kartajaya, 2008).

Menurut Kotler dan Keller (2012: 568), media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan sesama pengguna dan dengan perusahaan. Sosial media memungkinkan pengguna untuk

berkomunikasi dengan jutaan pengguna lainnya (Williams dkk., 2012), memberikan potensi besar untuk digunakan sebagai alat komunikasi pemasaran. Media sosial memudahkan berbagi informasi antara pengguna (Akrimi dan Khemakem, 2012).

Puntoadi, dalam Vinny Putri Fausia (2016), menyebutkan beberapa keunggulan dalam membangun personal branding melalui media sosial, seperti kesempatan untuk berkomunikasi, berdiskusi, dan mendapatkan popularitas. Media sosial juga memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen, menawarkan bentuk komunikasi yang lebih individual, memungkinkan pemasar untuk mengetahui kebiasaan konsumen dan membangun ketertarikan yang lebih dalam.

Ferry Marlianto (2016) menggambarkan media sosial sebagai aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0. Media sosial memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dihasilkan pengguna, mengajak siapa saja untuk berpartisipasi, memberikan kontribusi, memberikan umpan balik, memberikan komentar, dan berbagi informasi secara cepat dan tak terbatas.

Menurut Abdullah (2012: 32), saat meluncurkan merek/produk, media sosial digunakan untuk menyebarkan informasi yang membuat teman atau pengikut menjadi penasaran. Banyak situs-situs yang melakukan penjualan barang dan jasa melalui media sosial, salah satunya menggunakan Instagram. Para pemasar memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi pemasaran dengan potensi besar untuk mencapai dan berinteraksi dengan target audiens.

2.1.4.3 Indikator Dukungan media sosial

Indikator dari sebuah media sosial, menurut Antony Mayfield (2008: 05), mencakup:

1) Partisipasi

Media sosial mendorong kontribusi dan umpan balik (feedback) dari setiap orang yang tertarik.

2) Keterbukaan

Hampir semua layanan media sosial terbuka untuk umpan balik (feedback) dan partisipasi. Mendorong untuk melakukan pemilihan, memberikan komentar, dan berbagi informasi.

3) Percakapan

Komunikasi yang berjalan antara dua arah, dapat didistribusikan ke khalayak melalui media sosial tersebut.

4) Komunikasi

Sosial media memberi peluang bagi komunitas yang memiliki minat yang sama, seperti fotografi, isu-isu politik, atau program televisi dan radio favorit.

5) Saling Terhubung

Hampir semua media sosial berhasil dalam saling terhubung, membuat link pada situs-situs, sumber-sumber lain, dan orang-orang.

6) Keterampilan Siswa Menggunakan Media Sosial

Sosial media memberikan terobosan untuk merubah pola pikir di lingkungan mahasiswa. Ini membantu mahasiswa dalam berwirausaha

dengan memperkecil risiko kegagalan dan mempermudah pemasaran produk secara lebih luas tanpa biaya yang sangat tinggi (Herwawan Kartajaya, 2008).

Indikator-indikator ini mencerminkan aspek-aspek kunci dari media sosial yang melibatkan partisipasi aktif, keterbukaan, dan interaksi dalam berbagai bentuk.

Pada peran media sosial semakin diakui dalam mendongkrak kinerja dalam dunia bisnis, efektivitas pemanfaatannya sangat tergantung pada bagaimana pemilik merek menggunakannya. Sebagaimana contoh kesuksesan Samephone yang semakin canggih dan sukses didorong oleh kekuatan media sosial.

2.1.4.4 Dampak Dukungan media sosial

Dampak penggunaan media sosial membawa konsekuensi positif dan negatif, sebagaimana diuraikan berikut:

1. Dampak Positif:

a) Sebagai Tempat Promosi:

Media sosial merupakan platform efektif untuk mempromosikan produk, layanan, atau bahkan diri sendiri. Banyak bisnis atau individu yang memanfaatkan media sosial sebagai strategi pemasaran.

b) Ajangan Memperbanyak Teman:

Media sosial memungkinkan penggunanya untuk memperluas jaringan sosial, bertemu dengan orang baru, dan membangun hubungan secara global.

c) Sebagai Media Komunikasi:

Memberikan sarana untuk berkomunikasi dengan mudah, terutama dalam hubungan jarak jauh. Keluarga, teman, atau rekan bisnis dapat terus terhubung.

d) Tempat Berbagi:

Memungkinkan pengguna untuk berbagi pemikiran, pengalaman, foto, dan video dengan orang lain, memperkaya konten yang dapat diakses oleh banyak orang.

e) Mempermudah Pekerjaan:

Dalam konteks bisnis, media sosial dapat digunakan sebagai alat kolaborasi dan pertukaran ide, memfasilitasi pekerjaan tim secara efisien.

2. Dampak Negatif:

a) Menimbulkan Sifat Candu:

Penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menimbulkan ketergantungan dan sifat candu, memengaruhi produktivitas dan keseimbangan hidup.

b) Tidak Fokus dalam Bekerja:

Media sosial dapat menjadi gangguan dan mengurangi tingkat fokus, terutama di lingkungan kerja, jika tidak digunakan secara bijaksana.

Penting untuk diingat bahwa penggunaan media sosial yang sehat dan bijak dapat membantu memaksimalkan manfaat positifnya sambil mengurangi dampak negatif yang mungkin timbul.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai dasar dalam penyusunan penelitian. Dengan Tujuan untuk mengetahui hasil yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu. Berikut ini adalah tabel penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

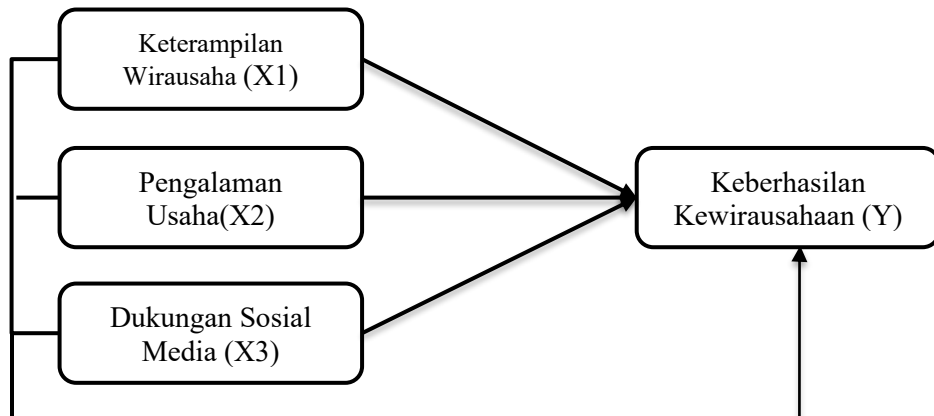
No	Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Iskandar, K. A., & Safrianto, A. S. (2020).	Pengaruh Keterampilan Wirausaha dan Pengalaman Usaha terhadap Keberhasilan Kewirausahaan	Keterampilan Wirausaha, Pengalaman Usaha, Keberhasilan Kewirausahaan	Hasil penelitian ini diperoleh secara simultan menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan keterampilan berwirausaha terhadap keberhasilan wirausaha dan secara simultan pengalaman usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan wirausaha.
2	Iskandar, K. A., & Safrianto, A. S. (2020).	Pengaruh Keterampilan Wirausaha dan Pengalaman Usaha terhadap Keberhasilan Kewirausahaan.	Keterampilan Wirausaha dan Pengalaman Usaha terhadap Keberhasilan Kewirausahaan.	Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan lebih dominan dalam mempengaruhi keberhasilan usaha dengan nilai efisien regresi sebesar 0,576 dan nilai t hitung sebesar 3,874 > t tabel (1,681) dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
3	(Mubarak, M. I., & Nurohman, D. (2022).	Keberhasilan Usaha Konveksi Sebagai Implikasi Dari Kemampuan Manajerial Dan Perilaku Kewirausahaan	Keberhasilan Usaha Kemampuan Manajerial Perilaku Kewirausahaan	Hasil penelitian ini diperoleh secara simultan menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan keterampilan berwirausaha terhadap keberhasilan wirausaha dan secara simultan pengalaman usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan wirausaha.
4	(Rizky, F. A., Sentosa, E., & Nursina, N. (2023)	Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, kualitas produk, dan keterampilan	Pengetahuan kewirausahaan, kualitas produk, dan keterampilan wirausaha	hasil studi dan pembahasan maka dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu pengetahuan kewirausahaan, kualitas produk dan

No	Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		wirausaha terhadap keberhasilan wirausaha pedagang cabai pd jaya pasar induk kramatjati	terhadap keberhasilan wirausaha	keterampilan wirausaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pedagang cabai PD Jaya Pasar Induk Kramat Jati Jakarta
5	(Tri Wulandari, M. (2022)	Pengaruh Sikap Kewirausahaan dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Program Mahasiswa Wirausaha Tahun 2020-2021	Sikap Kewirausahaan dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha	Hasil uji t, terlihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai $7,479 > 1,65993$ maka dapat diartikan bahwa H_0 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini berarti sikap kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Terdapat pengaruh antara kompetensi wirausaha terhadap keberhasilan usaha.
6	(Wijaya, W. R., & Handoyo, S. E. (2023)	Pengaruh Media Sosial, Kreativitas, Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kuliner Jakarta Utara.	Media Sosial, Kreativitas, Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha	Hasil penelitian ini menemukan adanya pengaruh yang negatif dan tidak signifikan media sosial terhadap keberhasilan usaha, kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, motivasi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Sumber: Penulis 2023

2.3 Kerangka konseptual

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu, dalam kerangka konseptual ini peneliti membuat suatu sketsa mengenai gambaran bagaimana pengaruh keterampilan wirausaha, pengalaman usaha dan dukungan sosial media berpengaruh terhadap keberhasilan kewirausahaan, berikut adalah kerangka konseptual dalam penelitian ini. Seperti yang di sajikan dalam gambar berikut:



Gambar 2.1: Kerangka Berfikir konseptual

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban teoretis dari masalah penelitian yang diteliti dan masih bersifat sementara, sehingga perlu diuji lagi kebenarannya.

Hipotesis adalah dugaan sementara terhadap perumusan masalah penelitian, sering dinyatakan sebagai frase pertanyaan. Dianggap sementara karena tanggapannya didasarkan pada teori-teori yang relevan dan belum didasarkan pada fakta-fakta aktual yang dikumpulkan melalui pengumpulan data. Dengan demikian, hipotesis juga dapat digambarkan sebagai tanggapan teoritis untuk mempelajari frase topik, bukan tanggapan empiris (Sugiyono, 2017).

Hipotesis yang dapat dikemukakan berdasarkan kerangka pemikiran diatas antara lain:

H₁: Keterampilan wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan kewirausahaan di kota Medan

H₂: Pengalaman usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan kewirausahaan di kota Medan

H₃: Dukungan sosial media berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan kewirausahaan di kota Medan.

H₄: Keterampilan wirausaha, pengalaman usaha, dan dukungan sosial media serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan kewirausahaan di kota Medan.



BAB III

METODEOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah asosiatif, menurut (Sekaran & Bougie, 2017), pendekatan asosiatif adalah pendekatan dengan menggunakan dua atau lebih variabel guna mengetahui hubungan atau pengaruh yang satu dengan yang lain.

3.1.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini di lakukan pada usaha di daerah medan Sunggal kota Medan dan sekitarnya,

Waktu penelitian direncanakan dari bulan desember 2023 sampai dengan bulan maret 2024. Berikut waktu penelitian yang penulis rencanakan :

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	2023-2024				
		Desember	Januari	Februari	Maret	April
1	Penyusunan Proposal					
2	Seminar Proposal					
3	Pengumpulan Data					
4	Analisis Data					
5	Seminar Hasil					
6	Pengajuan Meja Hijau					
7	Meja Hijau					

Sumber Penulis 2023

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut (Sekaran & Bougie, 2017), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Berdasarkan definisi yang menjadi populasi dan ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau objek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik. Populasi dalam penelitian ini adalah 55 pelaku wirausaha di daerah Medan Sunggal. Minimal 4 bulan dari pertimbangan pemilihan populasi yang dipilih adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Daftar Nama Usaha di Daerah Medan Sunggal

NO	NAMA USAHA	NO	NAMA USAHA
1	Login Coffee Givency One	29	House of Brew
2	CV Medan baru (bengkel & dealer honda)	30	Panca Reklame (Reklame & Percetakan)
3	CV Medan fast travelindo (pariwisata dan paket tour)	31	Firm Medan Fotocopy & Percetakan
4	Lucky Laki Barbershop	32	Bengkel Surya Auto Service
5	Ruang Lima Cafe	33	Bengkel Medan Jaya Jalan Rebab
6	Percetakan Doras Jaya	34	Fotocopy Moro Copier& Percetakan
7	Idaman Printing Medan	35	Sumatra Roastery cofe
8	Real Family Cafe	36	Darigarasi coffee & roastery
9	Jinjit coffee & Bistro	37	Foto copy, ATK dan Percetakan palano jaya ringroad
10	Percetakan Inti Grafika	38	Barbershop Sunggal everywhere
11	Kalamera coffee	39	My Bengkel
12	Percetakan Bahtera Jaya	40	Giovani Barbershop
13	Bengkel Focus Station	41	Bengkel Mobil, Perdana Otomotif
14	J&K Barbershop	42	D'Raja Coffee
15	Bengkel Mobil Yudhi Jaya Speed Garage	43	Bengkel Sehat Motor Pro Auto Clinic
16	King Kuphi Ulee Kareng	44	Diff's.Co Coffee Shop
17	Passa Kafe	45	Barbekoe Coffee

NO	NAMA USAHA	NO	NAMA USAHA
18	Pos kuppi	46	Bengkel Katamso Service
19	Spartan Barbershop Ringroad	47	Kedai kopi Coklat
29	Anugerah Cafe	48	Funture Cafe
21	Centro Tea & Coffee	49	Percetakan Inti Grafika
22	Bengkel Central Service	50	Arkana Cafe
23	Percetakan Benny Grafindo	51	GM Barbershop
24	Wantcu Barbershop	52	d'Coffee Kedan
25	Labasta Cafe	53	Konveksi Sahabat Bordir Medan
26	Kinley Bistro	54	Racik Kopi
26	Bintang Mulia CBU Cars Specialist	55	Storekee Barbershop
28	Academy Barbershop Medan		

Sumber Penulis 2023

3.2.2 Sampel

Menurut (Sekaran & Bougie, 2017), “ Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Dan "sampel merupakan bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi penelitian." Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik penarikan sampel secara *Nonprobability* dengan metode sampel jenuh. Hasil penelitian yang diperoleh tidak terlepas dari limitasi peneliti, seperti jumlah sampel yang terbatas, hanya mencakup 55 pengusaha, yakni pelaku usaha kafe di daerah medan sunggal sekitar.

3.3 Definisi Dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Berdasarkan variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel eksogen merujuk pada variabel yang nilainya tidak dipengaruhi oleh variabel lainnya. Dalam penelitian ini, variabel eksogen meliputi ketrampilan kewirausahaan, pengalaman usaha, dan dukungan sosial media.

Sementara itu, variabel endogen merujuk pada variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel lainnya. Dalam penelitian ini, variabel endogen adalah keberhasilan wirausaha.

3.3.1 Definisi Variable Penelitian

Definisi variabel penelitian menurut (Sekaran & Bougie, 2017) merupakan atribut atau sifat atau nilai dari orang atau objek dalam bidang keilmuan atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dikaji, dianalisis dan kemudian ditarik kesimpulannya untuk memperoleh hasil penelitian tersebut. Berdasarkan judul penelitian dapat diartikan beberapa variabel penelitian, sebagai berikut:

a. Variabel Independen

Definisi variabel independen menurut (Sekaran & Bougie, 2017) yaitu variabel yang sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Pada penelitian ini terdapat 3 (tiga) variabel independen (bebas) yang akan diteliti.

b. Variabel Dependen

Definisi variabel dependen menurut (Sekaran & Bougie, 2017) variabel dependen sering disebut sebagai variabel output kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Pada penelitian ini variabel dependen (terikat) yang akan diteliti adalah keberhasilan wirausaha.

3.3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Peneliti melakukan pengukuran terhadap keberadaan suatu variabel dengan menggunakan instrumen penelitian. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner, dalam penelitian ini semua indikator menggunakan skala pengukuran ordinal dan dalam penelitian ini ada empat variabel yang diteliti, yaitu: Keberhasilan wirausaha (Y), Keterampilan kewirausahaan (X1), Pengalaman usaha (X2), Dukungan sosial media (X3).

Tabel 3.3 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator Variabel	Skala Ukur
Keberhasilan wirausaha (Y)	Menurut Porter (1991) Keberhasilan merupakan suatu keadaan di mana seseorang memperoleh hasil dari tindakan atau pekerjaan yang telah dilakukan. Keberhasilan dapat menjadi penentu apakah suatu usaha dapat terus berlanjut atau harus berhenti, karena dapat menjadi suatu penilaian bagi perusahaan atau organisasi.	1. Laba (<i>Profitability</i>): 2. Produktivitas dan Efisiensi 3. Daya Saing: 4. Kompetensi dan Etika Usaha: 5. Terbangunnya Citra Baik:	Likert
<i>Keterampilan kewirausahaan</i> (X1)	Keterampilan wirausaha menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2016:32), keterampilan merupakan salah satu ciri khas berwirausaha dan menjadi faktor pendukung keberhasilan kewirausahaan pada usaha kecil dan menengah. seorang wirausaha harus memiliki berbagai keterampilan.	1. Self knowledge: 2. Imagination: 3. Practical knowledge: 4. Search skill: 5. Foresight: 6. Computation skill: 7. Communication skill:	Likert

Variabel	Definisi Operasional	Indikator Variabel	Skala Ukur
<i>Pengalaman usaha</i> (X2)	Menurut Fransisca & Adiputra (2019), pengalaman dianggap sebagai guru terbaik. Pengalaman juga dapat mencakup pengalaman sosial, seperti kemampuan bergaul, pemahaman aturan komunitas, hukum, dan aturan lain dalam kehidupan bisnis, yang dapat memengaruhi keberhasilan bisnis.	1. Keterlibatan pada Kegiatan Wirausaha: 2. Pengalaman Pemasaran 3. Pengalaman Produksi: 4. Pengalaman Manajemen Keuangan.	Likert
<i>Dukungan sosial media</i> (X3)	Menurut Philip Kotler dan Kevin L, Keller (2012: 568), Penggunaan media sosial mempermudah komunikasi internatif antara pengusaha dengan siapapun, termasuk konsumen, dan berbagai pihak yang berkepentingan, kapanpun dan dimanapun. Media sosial, merupakan informasi teks, gambar, audio, dan video yang saling berbagi satu sama lain dan dengan perusahaan.	1. Partisipasi 2. Keterbukaan 3. Percakapan 4. Komunikasi 5. Saling Terhubung 6. Keterampilan Penggunaan Media Sosial	Likert

Sumber: Penulis 2024

3.3.3 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

Variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan skala ordinal. Skala ordinal digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Responden memilih salah satu dari jawaban yang tersedia, dan masing-masing jawaban diberi skor tertentu. Total skor ini diinterpretasikan sebagai posisi responden dalam Skala Ordinal. Peneliti memberikan enam alternatif jawaban kepada responden dengan menggunakan skala 1 sampai dengan 5. Hal ini dilakukan untuk mencegah responden menjawab netral dan mendorong mereka untuk menentukan pilihan yang sesuai dengan pandangan atau persepsi mereka. Setiap jawaban responden akan diukur dengan ketentuan sebagaimana disajikan dalam tabel.

Tabel 3.4 Skala Pengukuran

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Diolah penulis 2024

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Sugiono (2012:69) “Data kuantitatif yaitu data yang diperoleh dan dicatat untuk pertama kalinya dan merupakan data yang di peroleh dari lokasi penelitian, melalui pengamatan serta wawancara serta buku atau literature lainnya”. Dalam penelitian ini data yang diperoleh adalah kuesioner kepada karyawan.

3.4.2 Sumber Data

Data primer diperoleh langsung dari objek penelitian, wawancara dan daftar pertanyaan yang disebarakan kepada responden, diolah dalam bentuk data melalui alat statistik yang diberikan pada pelaku wirausaha di daerah Medan Sunggal.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik antara lain :

1. Wawancara (interview) yaitu peneliti memperoleh keterangan dengan cara melakukan Tanya jawab dengan pihak-pihak yang terkait seperti ketrampilan kewirausahaan bagian penjualan dan keuangan untuk memberikan data yang diperlukan.
2. Kuesioner, data diperoleh melalui pengisian kuesioner (angket) yang diberikan kepada responden. Kuesioner ini dirancang untuk mengumpulkan tanggapan dan pandangan responden mengenai pengetahuan kewirausahaan dan karakteristik individu yang berkontribusi pada keberhasilan usaha di daerah Medan Sunggal dan sekitarnya.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah suatu kuesioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengukur dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Reliabilitas menunjukkan akurasi dan konsisten dari pengukurannya. Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda.

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 26. dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pertanyaan tersebut valid.

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

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Metode yang digunakan adalah metode Cronbach's Alpha. Metode ini diukur berdasarkan skala alpha Cronbach 0.60. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan.

3.6.2 Uji Statistik

a. Analisis Regresi Linier Berganda:

Analisis regresi berganda, yaitu metode analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel. Model regresi linier berganda dengan memakai program software SPSS 26 for windows yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = Variabel terikat (Keberhasilan wirausaha)

X₁ = Variabel bebas (Ketampilan wirausaha)

X₂ = Variabel bebas (Pengalaman usaha)

X₃ = Variabel bebas (Dukungan sosial media)

a = Konstanta

b_{1,2,3} = Koefisien Regresi

e = Standart error (tingkat kesalahan) yaitu 0,05 (5%)

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Syarat asumsi klasik yang harus dipenuhi model regresi berganda sebelum data tersebut dianalisis adalah sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

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

b. Uji Heteroskedastisitas

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

c. Uji Multikolinearitas

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

a) $VIF < 5$ maka tidak terdapat multikolinearitas.

b) $Tolerance > 0,1$ maka tidak terdapat multikolinieritas.

3.6.4 Uji Hipotesis

a. Uji simultan (Uji F)

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

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

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

b. Uji parsial (Uji t)

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

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

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

3.6.5 Koefisien Determinasi (R²)

Uji ini digunakan untuk mengukur kedekatan hubungan dari model yang dipakai. Koefisien determinasi (adjusted R²) yaitu angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varians atau penyebaran dari variabel-variabel bebas yang menerangkan variabel terikat atau angka yang menunjukkan seberapa besar variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebasnya. Besarnya koefisien determinasi adalah antara 0 hingga 1 ($0 < \text{adjusted } R^2 < 1$), dimana nilai koefisien mendekati

1, maka model tersebut dikatakan baik karena semakin dekat hubungan variabel bebas dengan variabel terikat.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari hasil penelitian ini, antara lain:

1. Pengaruh Keterampilan kewirausahaan (X1) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan wirausaha. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 4,375 yang lebih besar dari nilai t tabel 1,675, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, semakin tinggi keterampilan kewirausahaan yang dimiliki, semakin besar kemungkinan keberhasilan wirausaha.
2. Pengaruh Pengalaman usaha (X2) juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan wirausaha. Nilai t hitung sebesar 3,040 yang lebih besar dari nilai t tabel 1,675, serta nilai signifikansi sebesar 0,004 yang lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa pengalaman usaha yang lebih banyak meningkatkan kemungkinan keberhasilan dalam usaha.
3. Pengaruh Dukungan media sosial (X3) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan wirausaha. Nilai t hitung sebesar 4,145 lebih besar dari nilai t tabel 1,675, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, mengindikasikan bahwa dukungan media sosial yang efektif dapat meningkatkan keberhasilan usaha.

4. Pengaruh Secara simultan, variabel ketrampilan kewirausahaan (X1), pengalaman usaha (X2), dan dukungan media sosial (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan wirausaha. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 53,873 yang lebih besar dari nilai F tabel 1,675, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, kombinasi ketiga variabel tersebut secara signifikan mempengaruhi keberhasilan wirausaha.

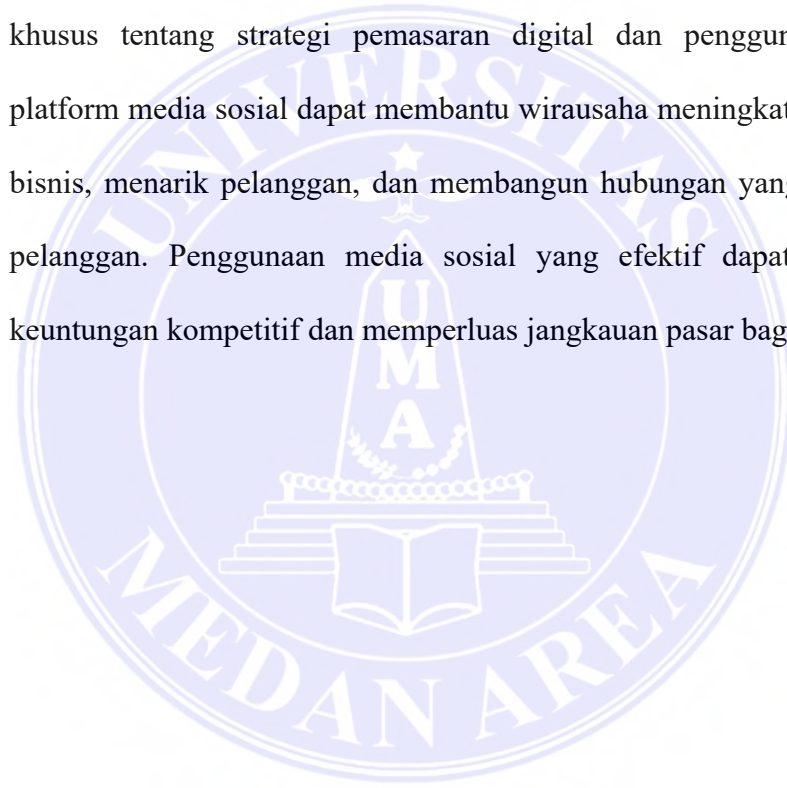
5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, penulis dapat menyampaikan beberapa saran bagi pelaku usaha ukm di Medan Sunggal, antara lain:

- 1) Pengembangan Program Pelatihan Kewirausahaan: Institusi pendidikan, pemerintah, dan organisasi non-pemerintah dapat mengembangkan dan memperluas program pelatihan kewirausahaan. Pelatihan ini harus mencakup keterampilan manajemen bisnis, inovasi, kreativitas, dan pengambilan risiko untuk membantu calon wirausaha mengembangkan kompetensi yang diperlukan untuk sukses. Pelatihan yang komprehensif dapat memberikan dasar yang kuat bagi calon wirausaha untuk menghadapi tantangan bisnis dan meningkatkan peluang keberhasilan mereka.
- 2) Peningkatan Akses Terhadap Pengalaman Praktis: Calon wirausaha harus diberikan lebih banyak kesempatan untuk mendapatkan pengalaman praktis melalui magang, proyek bisnis, dan kerja sama dengan pengusaha berpengalaman. Program mentoring dan inkubator bisnis juga dapat

membantu meningkatkan wawasan dan keterampilan praktis yang diperlukan untuk menjalankan bisnis dengan sukses. Pengalaman praktis ini sangat penting untuk membantu wirausaha memahami dinamika pasar dan mengembangkan strategi yang efektif dalam menjalankan bisnis.

- 3) Optimalisasi Penggunaan Media Sosial: Wirausaha harus didorong untuk memanfaatkan media sosial secara efektif sebagai alat pemasaran. Pelatihan khusus tentang strategi pemasaran digital dan penggunaan berbagai platform media sosial dapat membantu wirausaha meningkatkan visibilitas bisnis, menarik pelanggan, dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Penggunaan media sosial yang efektif dapat memberikan keuntungan kompetitif dan memperluas jangkauan pasar bagi wirausaha.



DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyanti, D., & Mora, Z. (2019). Pengaruh Minat usaha dan motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha wirausaha muda di kota langsa. *Jurnal samudra ekonomi dan bisnis*, 10(2), 168-178.
- Budiman, O. N., & Hidayah, N. (2021). Pengaruh dukungan sosial, basis pengetahuan dan orientasi pribadi terhadap keberhasilan wanita wirausaha. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(2), 426-434.
- Casson, M., & Giusta, M. D. (2007). Entrepreneurship and social capital: Analysing the impact of social networks on entrepreneurial activity from a rational action perspective. *International small business journal*, 25(3), 220-244.
- Ependi, A., & Winarso, B. S. (2019). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan karakteristik kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha mikro kecil menengah (umkm) di kecamatan ngaglik kabupaten sleman. *Jurnal Publikasi Universitas Ahmad Dahlan*, 1-12.
- Firmansyah, R., & Iffan, M. (2023). Pengaruh Kemandirian Pribadi Wirausaha Dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Distro di the Hallway Space Kota Bandung. *Journal of Economics, Management, Business and Accounting (JEMBA)*, 3(1), 24-37.
- Fuentes Fuentes, M. D. M., Ruiz Arroyo, M., Bojica, A. M., & Fernández Pérez, V. (2010). Prior knowledge and social networks in the exploitation of entrepreneurial opportunities. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6, 481-501.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan, R. (2019). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan keterampilan wirausaha terhadap keberhasilan usaha pada UMKM kuliner jalan halat Medan (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Iskandar, K. A., & Safrianto, A. S. (2020). Pengaruh Keterampilan Wirausaha dan Pengalaman Usaha terhadap Keberhasilan Kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi dan Industri e-ISSN*, 2656, 3169.
- Mack, E. A., Marie-Pierre, L., & Redican, K. (2017). Entrepreneurs' use of internet and social media applications. *Telecommunications Policy*, 41(2), 120-139.
- Momen, M. A., Shahriar, S. H. B., Hassan, M. K., & Sultana, S. (2020). Determinants of using social networking sites toward entrepreneurial success: experience from a developing nation. *Emerging Economy Studies*, 6(2), 191-200.
- Mubarok, M. I., & Nurohman, D. (2022). Keberhasilan Usaha Konveksi Seabagai Implikasi Dari Kemampuan Manajerial Dan Perilaku Kewirausahaan. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(10), 2367-2378.

- Rizky, F. A., Sentosa, E., & Nursina, N. (2023). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, kualitas produk, dan keterampilan wirausaha terhadap keberhasilan pedagang cabai pd jaya pasar induk kramatjati jakarta timur. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 6(2), 182-190.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis Metodologi Penelitian Untuk Bisnis_Pendekatan Pengembangan Keahlian* (2nd ed.).
- Sinaga, E. V. (2022). *Pengaruh Keterampilan Kewirausahaan Dan Dukungan Sosial Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Universitas Hkbp Nommensen Medan*.
- Sipahutar, F. E. (2019). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Karakteristik Kewirausahaan, Dan Social Support Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Café di Daerah Pancing Medan Tembung)*.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*.
- Tri Wulandari, M. (2022). *Pengaruh Sikap Kewirausahaan dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Program Mahasiswa Wirausaha Tahun 2020-2021 Universitas Jambi (Doctoral dissertation, Universitas Jambi)*.
- Wijaya, W. R., & Handoyo, S. E. (2023). Pengaruh Media Sosial, Kreativitas, Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kuliner Jakarta Utara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(3), 797-804.
- Yani, I., Rakib, M., & Syam, A. (2020). Pengaruh Literasi Kewirausahaan dan Karakter Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha Kecil. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 1(2), 65-77.

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.
Pelaku usaha UKM di medan tunggal
Di Medan

Dengan hormat,
Saya yang bertanda tangan dibawah ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Nama : T. M. Adry Ryan
NIM : 188320225
Prodi : Manajemen
Jurusan : Manajemen SDM

Dalam rangka mencari data guna menyusun skripsi dengan judul "*Pengaruh Keterampilan Wirausaha Pengalaman Usaha Dan Dukungan Sosial Media Terhadap Keberhasilan Kewirausahaan Di Kota Medan*", maka dengan ini saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk berkenan mengisi kuesioner ini. Jawaban Bapak/Ibu/Saudara/Saudari sangat membantu dalam penelitian ini. Kuesioner ini hanya bertujuan untuk kepentingan penelitian dan tidak disajikan ke pihak luar, serta kerahasiaan dalam hasil dari kuesioner ini terjamin sepenuhnya. Atas partisipasi dan kesediaan saudara/saudari dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya

T. M. Adry Ryan

IDENTITAS RESPONDEN

Jenis Kelamin

Laki-laki Perempuan

Usia

Kurang dari 20 tahun 31 - 40 tahun
 21 - 30 tahun Lebih dari 40 tahun

Pendidikan Terakhir

SMA/Sederajat Sarjana (S1)
 Diploma (D1/D2/D3) Sarjana (S2)

Status Menikah

Belum Menikah Menikah

Lama Bekerja

- < 1 tahun 2-5 tahun
 6-10 tahun 10-15 tahun

Petunjuk Pengisian

Tandai pada kolom **STS** jika anda **Sangat Tidak Setuju**.

Tandai pada kolom **TS** jika anda **Tidak Setuju**.

Tandai pada kolom **N** jika anda **Netral**.

Tandai pada kolom **S** jika anda **Setuju**.

Tandai pada kolom **SS** jika anda **Sangat Setuju**.

DAFTAR PERTANYAAN						
No	KETERAMPILAN KEWIRAUSAHAAN (X1)	STS	TS	N	S	SS
Self Knowledge:						
1.	Saya mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pribadi saya dalam menjalankan bisnis.					
2.	Saya mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan pemahaman diri demi keberhasilan usaha saya.					
Imagination:						
3.	Saya menggunakan imajinasi untuk menciptakan produk atau layanan yang inovatif.					
4.	Saya mengintegrasikan ide-ide kreatif ke dalam strategi bisnis saya.					
Practical Knowledge:						
5.	Saya menerapkan pengetahuan praktis dalam operasional sehari-hari bisnis saya.					
6.	Pengetahuan praktis saya membantu mengatasi tantangan bisnis dalam situasi tertentu.					
Search Skill:						
7.	Saya mencari dan menemukan peluang pasar yang potensial untuk bisnis saya.					
8.	Saya mengumpulkan dan menganalisis informasi untuk membuat keputusan bisnis yang lebih baik.					
Foresight:						
9.	Saya memprediksi tren pasar dan mengantisipasi perubahan yang akan datang.					
10.	Saya menggunakan strategi tertentu untuk merencanakan masa depan bisnis saya.					

Computation Skill:						
11.	Saya menggunakan keterampilan komputasi untuk mengelola keuangan dan operasional bisnis.					
12.	Saya memastikan bahwa data yang saya analisis akurat dan relevan untuk pengambilan keputusan.					
Communication Skill:		STS	TS	N	S	SS
13.	Saya berkomunikasi secara efektif dengan tim dan pelanggan saya.					
14.	Saya mengambil langkah untuk meningkatkan keterampilan komunikasi saya dalam konteks bisnis.					

NO	PENGALAMAN USAHA (X2)	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Keterlibatan pada Kegiatan Wirausaha						
1	Keterlibatan saya dalam kegiatan wirausaha mempengaruhi kesuksesan bisnis UKM saya..					
2	Saya sering terlibat langsung dalam operasi sehari-hari bisnis UKM saya, dan hal tersebut berdampak pada kinerja usaha.					
Pengalaman Pemasaran:						
3	Strategi pemasaran yang saya terapkan berdasarkan pengalaman saya telah meningkatkan penjualan bisnis UKM saya.					
4	Pengalaman saya dalam pemasaran membantu mengenali dan menargetkan segmen pasar yang tepat untuk produk atau layanan saya.					
Pengalaman Produksi:						
5	Pengalaman saya dalam produksi membantu meningkatkan efisiensi dan kualitas produk bisnis UKM saya.					
6	Tantangan produksi yang pernah saya hadapi dapat diatasi dengan pengalaman saya.					
Pengalaman Manajemen Keuangan:						
7	Pengalaman saya dalam manajemen keuangan membantu menjaga stabilitas finansial bisnis UKM saya.					
8	Strategi keuangan yang saya terapkan berdasarkan pengalaman saya memastikan kelangsungan bisnis UKM saya.					

NO	DUKUNGAN SOSIAL MEDIA: (X3)	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Partisipasi:						
1	Saya memastikan partisipasi aktif pelanggan dalam platform media sosial bisnis UKM saya.					
2	Saya menggunakan strategi tertentu untuk meningkatkan partisipasi pelanggan melalui kampanye media sosial.					
Keterbukaan						
3	Saya menjaga keterbukaan dan transparansi dalam komunikasi dengan pelanggan di media sosial.					
4	Keterbukaan sangat penting dalam membangun kepercayaan pelanggan melalui media sosial, dan saya menerapkannya dalam setiap interaksi.					
Percakapan						
5	Saya memfasilitasi percakapan yang bermakna dengan pelanggan di platform media sosial.					
6	Saya mengambil langkah-langkah untuk memastikan percakapan di media sosial berdampak positif pada bisnis UKM saya.					
Komunikasi:						
7	Saya memastikan komunikasi yang efektif dengan pelanggan melalui media sosial.					
8	Saya menggunakan teknik komunikasi tertentu di media sosial untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan.					
Saling Terhubung:						
9	Saya membangun jaringan saling terhubung antara bisnis UKM saya dan pelanggan melalui media sosial.					
10	Saya sering berinteraksi dengan pelanggan di media sosial, dan hal itu mempengaruhi hubungan saya dengan mereka secara positif.					
Keterampilan Penggunaan Media Sosial:						
11	Saya mengembangkan keterampilan penggunaan media sosial untuk memaksimalkan manfaatnya bagi bisnis UKM saya.					
12	Saya menggunakan alat atau platform media sosial yang saya anggap paling efektif, dan pengalaman saya dalam menggunakannya sangat membantu bisnis saya.					

NO	KEBERHASILAN WIRAUUSAHA (Y)	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Laba (<i>Profitability</i>):						
1	Saya mengoptimalkan margin keuntungan bisnis UKM saya dengan strategi yang efektif.					
2	Saya secara rutin melakukan evaluasi terhadap laba bersih bisnis UKM saya dan mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan profitabilitas.					
Produktivitas dan Efisiensi:						

3	Saya menggunakan metode tertentu untuk meningkatkan produktivitas karyawan di bisnis UKM saya.					
4	Saya mengukur efisiensi operasional dalam bisnis UKM saya dan mengambil langkah untuk meningkatkannya.					
Daya Saing:						
5	Saya memastikan produk atau layanan bisnis UKM saya tetap kompetitif di pasar yang terus berkembang.					
6	Saya mengambil langkah strategis untuk mengatasi persaingan dari bisnis UKM lain.					
Kompetensi dan Etika Usaha:						
7	Saya memastikan bahwa semua karyawan dalam bisnis UKM saya memiliki kompetensi yang diperlukan untuk memajukan usaha.					
8	Saya menerapkan kebijakan etika usaha di bisnis UKM saya dan memastikan kepatuhannya.					
Terbangunnya Citra Baik:						
9	Saya memastikan bahwa produk atau layanan yang saya hasilkan memenuhi standar kualitas yang ditetapkan.					
10	Saya secara rutin melakukan pemeriksaan berkala terhadap proses kerja saya untuk memastikan kualitas produk atau layanan.					

LAMPIRAN TABULASI KUESIONER

Variabel Keterampilan kewirausahaan (X1)

Keterampilan kewirausahaan (X1)												
KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	KK6	KK7	KK8	KK9	KK10	KK11	KK12	
1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	19
2	3	1	4	2	1	4	4	3	3	2	2	31
2	3	4	1	1	2	4	4	2	4	3	2	32
4	4	3	4	3	1	3	4	4	4	3	4	41
3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	43
3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	44
4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	46
4	4	5	4	4	4	4	4	2	3	4	4	46
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
4	4	3	5	4	5	4	4	5	3	4	5	50
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	50
4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	50
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	47
4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	52

4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	48
4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	52
4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	5	4	51
4	4	4	5	3	4	3	4	4	5	5	4	49
4	3	2	5	5	5	4	4	3	3	5	4	47
4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	55
4	4	3	5	4	4	5	5	3	5	5	4	51
4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	3	52
4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	53
4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	53
4	4	4	4	2	5	5	5	3	5	5	5	51
4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	54
4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	53
4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	54
5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	55
5	4	3	4	5	3	5	5	4	4	4	4	50
5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	50
4	2	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	52
3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	50
3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	51
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	49
5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	4	5	55
4	5	5	5	4	5	5	5	2	4	5	4	53
5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	52
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	56
4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	50
4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	55
4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	57
2	3	4	5	3	4	5	5	2	3	5	5	46
2	5	4	5	5	5	5	5	2	5	5	5	53
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	50
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	55
5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	55
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	55
3	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	3	52
2	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	51
2	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	54
4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	54
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	57

Variabel Pengalaman usaha(X2)

Pengalaman usaha(X2)								
PU1	PU2	PU3	PU4	PU5	PU6	PU7	PU8	
3	5	3	3	5	3	2	5	29
4	3	4	3	3	4	2	4	27
4	4	3	3	4	4	3	4	29
3	4	3	4	4	4	4	4	30
4	4	3	4	4	4	4	4	31

4	3	3	3	4	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	3	3	3	4	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	4	4	4	4	4	31
5	4	4	4	3	5	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	3	3	5	5	4	4	31
5	5	5	4	4	4	4	5	36
5	4	4	4	4	5	4	5	35
4	5	4	4	5	4	4	5	35
4	4	4	4	5	4	4	4	33
5	4	4	5	5	4	4	5	36
5	3	4	4	5	4	4	5	34
4	4	5	4	4	5	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	4	4	4	4	3	5	33
5	4	4	4	4	4	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	4	5	5	4	4	4	4	34
5	4	3	4	4	4	4	4	32
4	5	5	4	5	5	4	4	36
4	4	4	4	4	4	5	4	33
4	4	5	4	4	5	4	4	34
5	4	4	4	5	5	4	4	35
5	4	4	5	4	4	4	5	35
4	4	5	5	4	4	5	5	36
5	4	4	4	4	4	4	4	33
5	5	5	4	4	5	4	4	36
4	4	3	4	4	4	5	5	33
5	5	4	5	5	5	5	4	38
5	5	3	5	4	5	5	5	37
4	4	4	5	5	5	5	5	37
5	4	4	5	4	4	5	4	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	4	4	4	4	5	4	4	34
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	4	5	39
5	4	4	4	4	4	4	5	34
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	5	4	4	5	5	37
4	5	5	5	5	5	5	5	39
5	4	4	4	2	2	4	5	30
5	5	4	5	5	5	4	5	38
5	5	5	5	4	5	4	5	38
5	5	4	5	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40

Variabel Dukungan sosial media (X3)

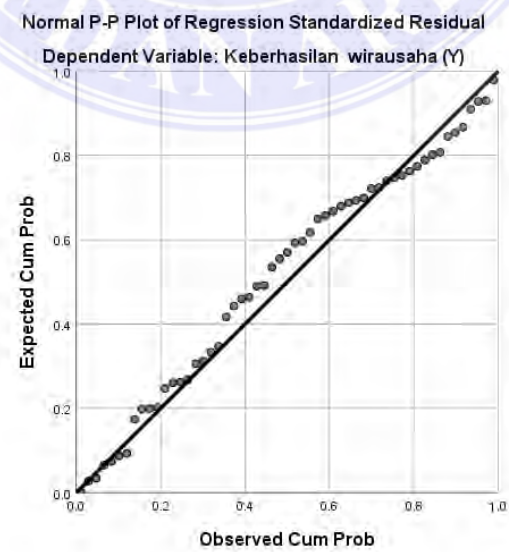
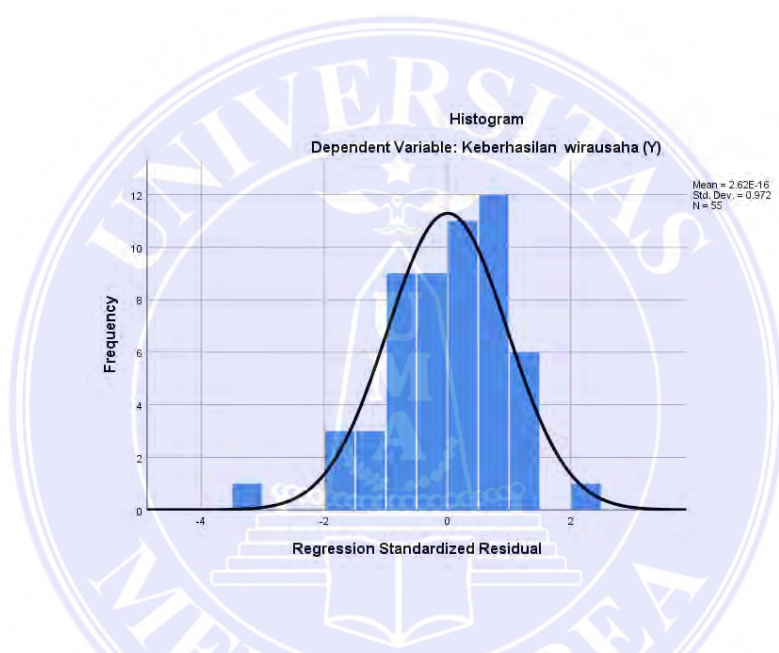
Dukungan sosial media (X3)												
DSM1	DSM2	DSM3	DSM4	DSM5	DSM6	DSM7	DSM8	DSM9	DSM10	DSM11	DSM12	
2	3	3	3	2	2	2	3	4	3	4	3	34
4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	41
4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	45
4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	46
4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	46
4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	46
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	51
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	4	4	4	4	3	5	3	3	3	5	4	47
5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	51
3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	49
5	5	4	4	4	4	5	3	4	5	4	3	50
4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	52
4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	53
4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	51
4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	3	49
4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	52
5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	52
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	52
5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	55
4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	5	5	50
4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	53
4	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	48
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	51
5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	52
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	52
3	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	49
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	54
5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	53
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	52
5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	54
4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	53
4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	53
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	58
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	57
4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	52
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	59
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	56
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	59
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	57
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	50
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	57
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60

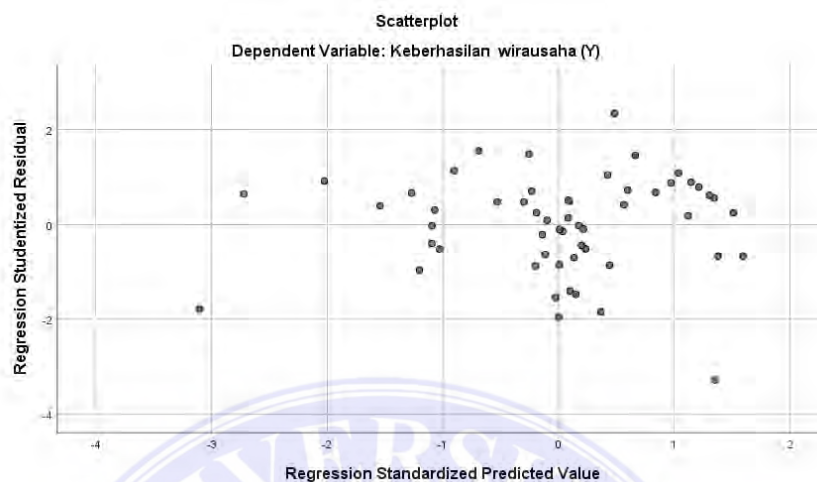
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	58

Variabel Keberhasilan wirausaha (Y)

Keberhasilan wirausaha (Y)										
KW1	KW2	KW3	KW4	KW5	KW6	KW7	KW8	KW9	KW10	
4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38
2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	44
4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	4	4	2	4	4	4	4	5	37
4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	44
5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	44
4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	44
4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	45
4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	44
3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	41
3	5	5	3	4	4	4	4	4	5	41
4	4	5	5	3	4	4	4	3	4	40
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	36
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	43
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	42
4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	45
4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	42
4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	45
5	5	5	5	3	5	5	5	2	4	44
4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	45
5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	44
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49

5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	47
4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48





Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.872 ^a	.760	.746	2.72594	1.949
a. Predictors: (Constant), Dukungan sosial media (X3), Ketrampilan kewirausahaan (X1), Pengalaman usaha(X2)					
b. Dependent Variable: Keberhasilan wirausaha (Y)					

ANOVA^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1200.959	3	400.320	53.873	.000 ^b
	Residual	378.969	51	7.431		
	Total	1579.927	54			
a. Dependent Variable: Keberhasilan wirausaha (Y)						
b. Predictors: (Constant), Dukungan sosial media (X3), Ketrampilan kewirausahaan (X1), Pengalaman usaha(X2)						

Coefficients^a				
Model		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Beta		
1	(Constant)		-0.290	0.773
	Ketrampilan kewirausahaan (X1)	0.387	4.375	0.000

	Pengalaman usaha(X2)	0.294	3.040	0.004
	Dukungan sosial media (X3)	0.358	4.145	0.000
a. Dependent Variable: Keberhasilan wirausaha (Y)				

