

**PENGARUH PERILAKU KEWIRAUSAHAAN DAN KARAKTERISTIK
INDIVIDU TERHADAP KEBERHASILAN USAHA UMKM
DI PASAR TRADISIONAL SEI SIKAMBING MEDAN**

SKRIPSI

OLEH:

ARSANDY PUTERA B

NPM : 198320392



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 25/8/25

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

Access From (repository.uma.ac.id)25/8/25

**PENGARUH PERILAKU KEWIRAUSAHAAN DAN KARAKTERISTIK
INDIVIDU TERHADAP KEBERHASILAN USAHA UMKM
DI PASAR TRADISIONAL SEI SIKAMBING MEDAN**

SKRIPSI

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



OLEH:

ARSANDY PUTERA B

NPM : 198320392

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 25/8/25

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

Access From (repository.uma.ac.id)25/8/25

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Karakteristik Individu Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM di Pasar Tradisional Sei Sikambang Medan
Nama : Arsandy Putera B
NPM : 198320392
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

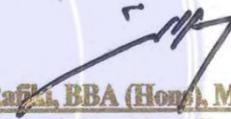
Disetujui Oleh:

Komisi Pembimbing

Pembanding



(Dr. Indawati Lestari, S.E, M.Si)
Pembimbing



(Ahmad Rafiq, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA)
Pembanding

Mengetahui :



(Ahmad Rafiq, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA)
Dekan



(Dr. Fitriani Tobing, S.E, M.Si)
Ka. Prodi Manajemen

Tanggal Lulus : 27 Maret 2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

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

Medan, 27 Maret 2025



Handwritten signature of Arsandy Putera B.

Arsandy Putera B
NPM:198320392

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Arsandy Putera B
NPM : 198320392
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Karakteristik Individu Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan”.

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada tanggal : 27 Maret 2025
Yang menyatakan,



Arsandy Putera B
NPM: 198320392

RIWAYAT HIDUP



Nama	Arsandy Putera B
NPM	198320392
Tempat, Tanggal Lahir	Medan, 10 April 2000
Nama Orang Tua :	
Ayah	Marlen Barus
Ibu	Ernawaty br Ginting
Riwayat Pendidikan :	
SMP	Markus Medan
SMA/SMK	SMKN 7 Medan
Riwayat Studi Di UMA	Manajemen
Pengalaman Kerja	- Wirausaha (Coffe Shop) - Admin Gudang PT. Masterban Indonesia - MIXUE Indonesia
NO. HP/WA	0853-6990-6244
Email	sandybarus77@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of entrepreneurial behavior and individual characteristics on the success of MSME businesses in the clothing merchant sector at the Sei Sikambing Traditional Market, Medan. The type of research used is quantitative research. The research population was MSME actors in the clothing trading sector in the Sei Sikambing Medan traditional market, totaling 55 business actors with a sampling technique carried out using saturated samples so that the number of samples selected was 55 samples. Data collection techniques were carried out using observation, questionnaires and interviews. Data analysis techniques were carried out with the help of SPSS for Windows version 27 software where data analysis techniques were carried out using linear regression tests, partial tests and simultaneous tests. The results of the research show that entrepreneurial behavior has a positive and significant effect on the success of MSME businesses in the clothing merchant sector at the Sei Sikambing traditional market in Medan. Individual characteristics have a significant and positive effect on the success of MSME businesses in the clothing merchant sector in the Sei Sikambing traditional market in Medan. Entrepreneurial behavior and individual characteristics simultaneously have a positive and significant effect on business success of MSME businesses in the clothing merchant sector in the Sei Sikambing traditional market in Medan. The results of the determination test show that the strength of the contribution of the influence of entrepreneurial behavior and individual characteristics is 46.2% on the business success of MSME in the clothing merchant sector in the Sei Sikambing traditional market, Medan.

Keywords: Entrepreneurial Behavior, Individual Characteristics, Business Success

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu terhadap keberhasilan usaha UMKM sektor pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian adalah pelaku UMKM sektor pedagang pakaian di pasar tradisional Sei Sikambing Medan yang berjumlah 55 pelaku usaha dengan teknik pengambilan sampel dilakukan dengan sampel jenuh sehingga jumlah sampel terpilih adalah 55 sampel. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, kuesioner, dan wawancara. Teknik Analisis data dilakukan dengan bantuan Software SPSS versi 27 dimana teknik analisis data dilakukan dengan uji regresi linier, uji parsial dan uji simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM sektor pedagang pakaian di pasar tradisional Sei Sikambing Medan. Karakteristik individu berpengaruh positif signifikan dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM sektor pedagang pakaian di pasar tradisional Sei Sikambing Medan. Perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM sektor pedagang pakaian di pasar tradisional Sei Sikambing Medan. Hasil uji determinasi menunjukkan kekuatan kontribusi pengaruh perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu sebesar 46,2% terhadap keberhasilan usaha pelaku UMKM sektor pedagang pakaian di pasar tradisional Sei Sikambing Medan.

Kata Kunci : Perilaku Kewirausahaan, Karakteristik Individu, Keberhasilan Usaha

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan kasih-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Karakteristik Individu Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM di Pasar Tradisional Sei Sikambang Medan”**.

Penulisan skripsi ini menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area untuk memperoleh gelar Strata-1 (S1) Sarjana Ekonomi. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak mungkin akan terwujud apabila tidak ada bantuan dari berbagai pihak, sehingga penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng., M.Si., selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA (Hons)., M.Mgt., P.hd., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area, sekaligus sebagai Pembimbing.
3. Ibu Dr. Fitriani Tobing, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Medan Area
4. Ibu Dr. Indawati Lestari, SE., M.Si., sebagai Pembimbing penulisan skripsi ini
5. Ibu Dr. Siti Alhamra Salqaura, SE., M.Si., selaku Sekretaris.
6. Bapak dan Ibu Dosen di lingkungan program studi Manajemen Universitas Medan Area yang telah membekali ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.

7. Pengelola dan pelaku UMKM di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan yang telah bersedia memberi bantuan dalam penelitian ini.
8. Kepada Orang tua yang penulis cintai, Bapak Marlen Barus dan Ibu Ernawaty Br. Ginting yang telah memberikan dukungan moril, materil beserta doa dan dukungannya kepada penulis hingga selesainya proposal ini.
9. Kepada keluarga penulis, terkhusus abang Febryanto Eka Pratama Barus S.S, adik Michael Barus, dan Amabel Azallia Marpaung yang selalu mendorong dan mendukung penulis untuk menyelesaikan pendidikan di Universitas Medan Area.
10. Kepada teman-teman di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen, terkhusus Andrianto Cornelius Barutu, Suniati Inriani Sirait, Aldi Hasugian dan Ernalem Gurki terima kasih atas dorongan, semangat dan kebersamaan yang tidak terlupakan.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini yang disebabkan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca. Terima kasih.

Medan, 27 Maret 2025

Penulis



Arsandy Putera B
NPM: 198320392

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Pertanyaan Penelitian	9
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teoritis	11
2.1.1. Keberhasilan Usaha.....	11
2.1.1.1. Pengertian Keberhasilan Usaha	11
2.1.1.2. Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha	13
2.1.1.3. Indikator Keberhasilan Usaha.....	15
2.1.2. Perilaku Kewirausahaan.....	17
2.1.2.1. Pengertian Perilaku Kewirausahaan	17
2.1.2.2. Faktor Pembentuk Perilaku Kewirausahaan....	19
2.1.2.3. Indikator Perilaku Kewirausahaan.....	21
2.1.3. Karakteristik Individu	22
2.1.3.1. Pengertian Karakteristik Individu	22
2.1.3.2. Karakteristik Individu Ideal Dalam Keberhasilan Usaha	24
2.1.3.3. Indikator Karakteristik Individu	26
2.2. Penelitian Terdahulu	27
2.3. Kerangka Konseptual	30
2.4. Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian	33
3.2. Populasi dan Sampel	34
3.3. Definisi Operasional.....	34
3.4. Jenis dan Sumber Data	36
3.5. Teknik Pengumpulan Data	36
3.6. Teknik Analisa Data.....	37

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1.	Hasil Penelitian	45
4.1.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.1.2.	Deskriptif Responden	47
4.1.3.	Deskriptif Data Penelitian	49
4.1.4.	Hasil Uji Data Penelitian	55
4.1.4.1.	Hasil Uji Asumsi Klasik	55
4.1.4.2.	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	58
4.1.4.3.	Hasil Uji Hipotesis.....	59
4.1.4.4.	Hasil Uji Determinasi	60
4.2.	Pembahasan.....	61
4.2.1.	Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha	61
4.2.2.	Pengaruh Karakteristik Individu Terhadap Keberhasilan Usaha	64
4.2.3.	Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Karakteristik Individu Terhadap Keberhasilan Usaha.....	68
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1.	Kesimpulan	71
5.2.	Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1.	Pertumbuhan UMKM Kota Medan	1
Tabel 1.2.	Rata-Rata Omset Penjualan	3
Tabel 1.3.	Hasil Pra Survei Keberhasilan Usaha	5
Tabel 1.4.	Hasil Pra Survei Perilaku Kewirausahaan	6
Tabel 1.5.	Hasil Pra Survei Karakteristik Individu	7
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1.	Tahapan Perencanaan Penelitian	34
Tabel 3.2.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	35
Tabel 3.3.	Hasil Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha	38
Tabel 3.4.	Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Kewirausahaan	38
Tabel 3.5.	Hasil Uji Validitas variabel Karakteristik Individu	39
Tabel 3.6.	Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 3.7.	Interpretasi Koefisien Determinasi	44
Tabel 4.1.	Pasar Tradisional Cabang II Medan	45
Tabel 4.2.	Kios/Gerai dan Stand di Pasar Tradisional Sei Sikambang	46
Tabel 4.3.	Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.4.	Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.5.	Deskriptif Responden Berdasarkan Pendidikan	48
Tabel 4.6.	Deskriptif Responden Berdasarkan Masa Menjalankan Usaha	48
Tabel 4.7.	Deskriptif Opini Responden Atas Variabel Keberhasilan Usaha	49
Tabel 4.8.	Deskriptif Opini Responden Atas Variabel Perilaku Kewirausahaan	51
Tabel 4.9.	Deskriptif Opini Responden Atas Karakteristik Individu	53
Tabel 4.10.	Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	56
Tabel 4.11.	Hasil Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4.12.	Hasil Uji Heteroskedastisitas-Uji Gledser	57
Tabel 4.13.	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	58
Tabel 4.14.	Hasil Uji Parsial (uji-t)	59
Tabel 4.15.	Hasil Uji Simultab (uji-F)	60
Tabel 4.16.	Hasil Uji Determinasi	61

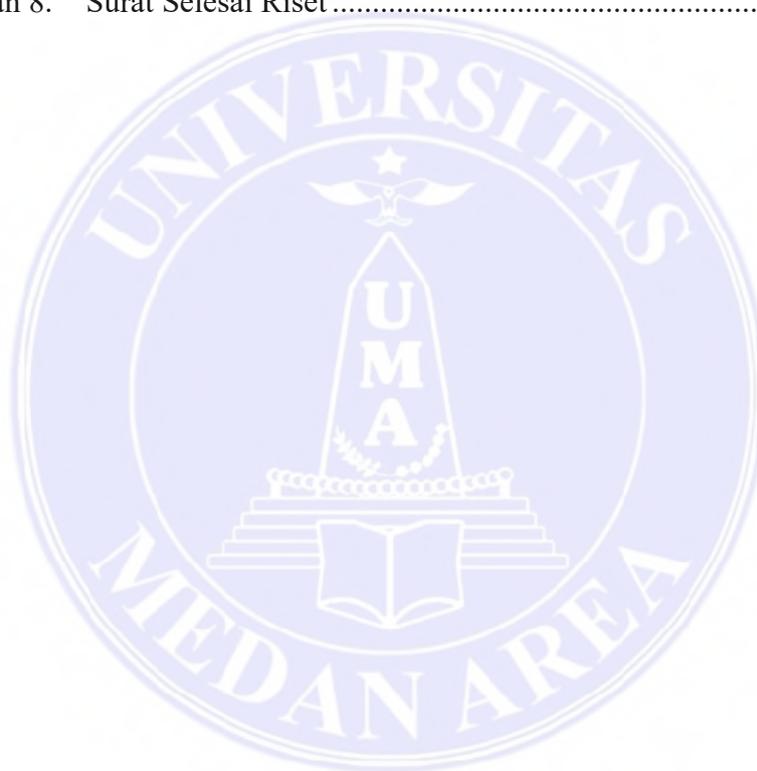
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian	32
Gambar 4.1. Pasar Tradisional Sei Sikambang Medan.....	46
Gambar 4.2. Histogram Normalitas Data.....	55
Gambar 4.3. Normalitas P-Plot	56



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	75
Lampiran 2. Tabulasi Jawaban Responden.....	78
Lampiran 3. Frekuensi Jawaban Kuesioner	81
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas	85
Lampiran 5. Tabel Statistik.....	88
Lampiran 6. Menyebar Kuesioner Kepada Responden (Sampel).....	89
Lampiran 7. Surat Izin Riset	90
Lampiran 8. Surat Selesai Riset.....	91



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor usaha yang berperan besar berkontribusi bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia di tingkat daerah maupun nasional. UMKM memiliki peran strategis mendukung perekonomian nasional, dimana UMKM menjadi penyumbang PDB (*Product Domestic Bruto*) terbesar serta sektor usaha paling banyak menyerap lapangan kerja (Firdaus, 2018).

Atas peran UMKM yang demikian, pemerintah Indonesia memfasilitasi sektor UMKM bagi masyarakat yang berminat berpartisipasi dalam usaha UMKM melalui Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Undang-Undang tersebut menegaskan bahwa UMKM perlu diberdayakan sebagai bagian dari ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan.

Hadirnya UU No.20/2008 tersebut berdampak pada pertumbuhan UMKM di Kota Medan. Selama 3 tahun belakangan menunjukkan angka peningkatan UMKM sebagai berikut:

Tabel 1.1 Pertumbuhan UMKM Kota Medan

Tahun	Jumlah UMKM	Pertumbuhan
2021	27.763	-
2022	33.763	21,61%
2023	38.343	13,56%

Sumber: Dinas Koperasi & UMK Kota Medan 2024

Pertumbuhan UMKM di Kota Medan selama 2021 hingga 2023 terus mengalami peningkatan pertumbuhannya. Dari tahun 2021 ke tahun 2022 peningkatan pertumbuhan UMKM sebesar 21,61%, dan dari tahun 2022 ke tahun 2023 mengalami pertumbuhan sebesar 13,56%. Pertumbuhan tersebut menandakan bahwa di Kota Medan usaha UMKM tetap diminati sebahagian masyarakat.

Pemerintah Indonesia berusaha mengakomodir tumbuh kembangnya UMKM tersebut melalui Undang-Undang Cipta Kerja yang disahkan tahun 2020, dimana substansi yang diatur mengenai kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan UMKM (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2021). Dalam mendukung upaya tersebut, khususnya bagi pelaku UMKM sektor pedagang pakaian, Pemerintah melarang impor pakaian bekas dalam rangka melindungi para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Grehenson, 2023). Namun di sisi lain, Pemerintah memberikan izin bagi pelaku usaha toko *online* (*e-commerce*) untuk menjalankan usahanya di Indonesia yang jumlahnya semakin meningkat (Peraturan Menteri Perdagangan No.31 Tahun 2023). Dengan kehadiran toko *online* yang mendapat izin dari Pemerintah tersebut, berpengaruh pada menurunnya jumlah konsumen di pasar tradisional yang berdampak pada menurunnya tingkat penjualan (Nur'aeni et al., 2024) termasuk penurunan penjualan UMKM sektor pedagang pakaian.

Kemunculan pelaku usaha yang berbasis jaringan (*internet*) dalam hal ini toko *online* (*E-Commerce/Marketplace*) menjadi pesaing utama bagi pelaku UMKM sektor pedagang pakaian. Dipastikan masyarakat akan cenderung memilih belanja pakaian di toko *online* yang lebih praktis dan efisien dari pada belanja di toko yang ada di pasar tradisional. Dampak yang muncul kemudian adalah

menurunnya penjualan pelaku UMKM sektor pedagang pakaian yang pada akhirnya berdampak pada kesulitan pelaku UMKM mencapai keberhasilan usahanya.

Kehadiran toko *online*, sangat dirasakan dampaknya bagi UMKM sektor pedagang pakaian Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan. Hasil pra survei kepada 9 pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan yang dipilih secara random, diperoleh informasi rata-rata omset penjualan selama 6 bulan terakhir sebagai berikut:

Tabel 1.2. Rata-Rata Omset Penjualan
(dalam rupiah)

No	Pedagang	Agt.23	Sep.23	Okt.23	Nop.23	Des.23	Jan.24
1	Mamak Klara	4.500.000	4.500.000	5.250.000	7.500.000	27.000.000	7.500.000
2	Nande Biring	6.000.000	4.500.000	7.500.000	9.000.000	22.500.000	4.500.000
3	Bu' Ros	7.500.000	6.000.000	7.500.000	7.500.000	30.000.000	4.500.000
4	Kak Nani	9.000.000	4.500.000	7.500.000	4.500.000	24.000.000	7.500.000
5	Tika	6.000.000	7.500.000	4.500.000	9.000.000	21.000.000	6.000.000
6	Ibu Sitepu	7.500.000	9.000.000	7.500.000	6.000.000	22.500.000	9.000.000
7	Ramli	6.000.000	4.500.000	7.500.000	9.000.000	24.000.000	9.000.000
8	Uda Topik	6.000.000	7.500.000	6.000.000	10.500.000	22.500.000	6.000.000
9	Saripah	9.000.000	4.500.000	9.000.000	7.500.000	15.000.000	6.000.000
	Total	61.500.000	52.500.000	62.250.000	70.500.000	208.500.000	60.000.000
	Rata-rata	6.800.000	5.800.000	6.900.000	7.800.000	23.100.000	6.600.000

Sumber: Pedagang Pakaian Pasar Sei Sikambing (2024)

Pertumbuhan rata-rata omset penjualan tidak mengalami pertumbuhan yang signifikan, bahkan cenderung merata di setiap bulannya. Kondisi ini merupakan dampak dari kehadiran penjualan pakaian melalui toko *online* yang sulit disaingi oleh pedagang Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan. Pada bulan Desember 2024 rata-rata omset pedagang mengalami peningkatan yang sangat signifikan, disebabkan kebutuhan Natal dan Tahun Baru 2024. Dan bila diperhatikan bulan berikutnya Januari 2024 rata-rata omset penjualan kembali pada situasi yang menurun seperti bulan-bulan sebelumnya.

Selain mengeluhkan kehadiran toko *online* (*E-Commerce*), pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing, pedagang juga mengeluhkan hadirnya

pedagang pakaian bekas (*second*) yang berasal dari luar negeri yang ditawarkan dengan harga yang lebih murah dengan kualitas yang relatif masih baik. Menurut beberapa pedagang yang penulis jumpai ketika melakukan observasi awal, maraknya *trend* membeli pakaian bekas (*second*) ini membuat calon konsumen cenderung lebih agresif dalam proses tawar menawar dengan pedagang, karena calon konsumen membandingkan kualitas dan harga pakaian bekas (*second*) dengan kualitas dan harga yang ditawarkan pedagang pakaian di Pasar Sei Sikambing, sehingga menyebabkan proses tawar menawar menjadi alot antara pedagang dan calon konsumen tersebut, dan tidak jarang diakhiri dengan gagalnya transaksi jual beli.

Mengamati kondisi di atas, maka disimpulkan bahwa usaha pelaku UMKM sektor pedagang pakaian sangat sulit memenangkan persaingan dengan toko *online*, apalagi untuk mengembangkan usaha. Maka potensi besar yang sangat mungkin dialami pelaku UMKM sektor pedagang pakaian ini adalah usaha yang semakin menurun. Atau dengan kata lain pelaku usaha UMKM sektor pedagang pakaian kesulitan mencapai keberhasilan usaha, kalau tidak ingin dikatakan gagal melanjutkan usahanya.

Mengukur keberhasilan usaha UMKM tidak semata-mata hanya dari kemampuan menghasilkan keuntungan atau laba, tetapi dimensi lain seperti peningkatan produktivitas, kemampuan daya saing, etika usaha, dan citra usaha merupakan dimensi lain yang merupakan bagian penilaian keberhasilan usaha. Karena pada dasarnya keberhasilan usaha menjadi tujuan utama dari sebuah usaha, dimana segala aktivitas ditujukan untuk mencapai keberhasilan (Farisi, 2018).

Hasil pra survei terhadap 9 pelaku UMKM sektor pedagang pakaian Pasar

Tradisional Sei Sikambing Medan dari aspek keberhasilan usaha sebagai berikut:

Tabel 1.3. Hasil Pra Survei Keberhasilan Usaha

No	Pernyataan	Ya	%	Tidak	%	Total	%
1	Hadirnya penjualan online, omset atau keuntungan saya tetap meningkat	1	11%	8	89%	9	100%
2	Produk pakaian yang saya jual tidak kalah dengan yang dijual di online	9	100%	0	0%	9	100%
3	Saya tetap jujur menawarkan harga dan kualitas kepada pelanggan	9	100%	0	0%	9	100%
4	Saya tetap menjaga kepuasan pelanggan dan nama baik saya	9	100%	0	0%	9	100%

Sumber: Pedang Pakaian Pasar Sei Sikambing (2024)

Ditemukan fenomena keberhasilan usaha pelaku UMKM sektor pedagang pakaian Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan, sebanyak 89% menyatakan hadirnya penjualan online pakaian, menjadi pesaing bagi pedagang pakaian Pasar Sei Sikambing, sehingga menyebabkan omset penjualan pedagang pakaian Pasar Sei Sikambing menurun yang berdampak pada turunnya keuntungan pedagang.

Dalam upaya meningkatkan keberhasilan usaha, maka pelaku usaha harus terus konsisten mencapai keberhasilan tersebut. Untuk mencapai hal demikian, perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu berperan kuat mempengaruhi keberhasilan usaha tersebut. Kedua hal tersebut sangat kuat hubungannya dengan kepribadian dan kompetensi pelaku usaha menjalankan usahanya.

Perilaku kewirausahaan merupakan tindak lanjut yang dilakukan berdasarkan pada pola pikir atau *mindset* seseorang tentang kewirausahaan, dimana antara *mindset* dan perilaku tersebut terdapat korelasi yang begitu kuat, karena perilaku dan *mindset* tersebut merupakan dua hal yang berkesinambungan (Maramis et al., 2023). Perilaku kewirausahaan berkembang melalui motivasi berwirausaha yang berkelanjutan untuk mencapai keberhasilan menjalankan usaha.

Motivasi berwirausaha yang kuat untuk meraih keberhasilan usaha, berdampak munculnya ketekunan, kegigihan dan keuletan berusaha, serta

keberanian mengambil setiap risiko yang muncul dalam menjalankan usaha. Pada akhirnya akan meningkatkan keinginan mendapatkan penghasilan usaha yang lebih besar dan maksimal. Hal ini menunjukkan bahwa ada korelasi karakteristik kewirausahaan yang muncul pada setiap individu seorang pelaku usaha sebagai wirausahawan terhadap pencapaian keberhasilan usaha (Nursiah et al., 2015).

Hasil pra survey terhadap 9 pedagang pakaian Pasar Sei Sikambang tentang perilaku kewirausahaan menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1.4. Hasil Pra Survei Perilaku Kewirausahaan

No	Pernyataan	Ya	%	Tidak	%	Total	%
1	Saya serius menjalankan usaha berjualan pakaian ini	8	89%	1	11%	9	100%
2	Saya tidak takut dengan persaingan yang ketat dalam berjualan pakaian	6	67%	3	33%	9	100%
3	Bagi saya, mudah sekali memasarkan dagangan ini melalui internet	3	33%	6	67%	9	100%
4	Saya siap menghadapi resiko apapun yang datang menjalankan usaha ini	9	100%	0	0%	9	100%

Sumber: Pedagang Pakaian Pasar Sei Sikambang (2024)

Ditemukan fenomena perilaku kewirausahaan pelaku UMKM sektor pedagang pakaian Pasar Tradisional Sei Sikambang Medan, bahwa selama ini pemasaran masih dilakukan secara konvensional dan cenderung mengabaikan pemasaran berbasis jaringan teknologi internet, dimana sebanyak 67% pelaku UMKM merasa kesulitan beradaptasi dengan teknologi tersebut dalam pemasaran.

Pelaku usaha UMKM sangat perlu mengenal karakteristik individu secara pribadi dan mendalam, untuk mengenal lebih jauh karakter pribadi dan kesesuaian dengan usaha yang dijalankan. Pengenalan karakteristik individu dengan baik yang diselaraskan dengan bidang usaha yang dijalani, setidaknya mampu membantu memperlancar arah dan tujuan serta pencapaian keberhasilan usaha.

Karakteristik individu merupakan ciri khas atau sifat spesifik yang dimiliki dan melekat pada seseorang yang menjadikan dirinya memiliki kemampuan yang

berbeda dengan orang lain untuk mempertahankan dan memperbaiki hasil kerjanya (Maramis et al., 2023). Dalam konteks kewirausahaan banyak aspek yang melekat dalam karakteristik individu, sehingga dinyatakan karakteristik individu mencakup banyak tingkatan seperti usia, kebutuhan, motivasi, yang akan mempengaruhi keberhasilan usaha seorang pelaku UMKM (Pradipta & Iffan, 2021).

Mengoptimalkan karakteristik individu yang ada dalam internal pribadi seorang pelaku usaha UMKM, sangat berpotensi menciptakan pribadi yang percaya diri, tangguh, futuristik, cerdas, pribadi yang menyenangkan, dan senantiasa semangat menjalankan aktivitas. Tidak mengherankan apabila karakteristik individu yang dimiliki seorang pelaku usaha UMKM berkorelasi terhadap keberhasilan usaha, karena pelaku usaha tersebut mampu mengelola potensi pribadi yang dimiliki secara serius dan optimal dalam usaha yang dijalankannya. Hal ini telah dibuktikan oleh (Pradipta & Iffan, 2021) dalam penelitiannya bahwa karakteristik individu berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

Sebagai pelaku usaha UMKM di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan, para pedagang pakaian setidaknya mau memanfaatkan potensi karakteristik individu yang dimiliki dalam menjalankan usahanya. Hasil pra survei terhadap 9 pedagang pakaian Pasar Sei Sikambing, ditemukan hasil karakteristik individu pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing sebagai berikut:

Tabel 1.5. Hasil Pra Survei Karakteristik Individu

No	Pernyataan	Ya	%	Tidak	%	Total	%
1	Saya rajin mencari informasi untuk kemajuan usaha ini	7	78%	2	22%	9	100%
2	Saya sabar menunggu datangnya keberhasilan usaha ini	4	44%	5	56%	9	100%
3	Saya mampu mengendalikan emosi jika pembelian oleh pelanggan gagal	2	22%	7	78%	9	100%
4	Saya sudah cukup berpengalaman menjalankan usaha seperti ini	6	67%	3	33%	9	100%

Sumber: Pedagang Pakaian Pasar Sei Sikambing (2024)

Ditemukan fenomena karakteristik individu dari pelaku UMKM sektor pedagang pakaian Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan, bahwa selama ini pedagang cenderung bersikap emosional ketika tawar menawar dengan konsumen berakhir pada kegagalan pembelian oleh konsumen, dimana sebanyak 78% pelaku usaha mengakui hal itu cenderung terjadi.

Beberapa penelitian menunjukkan hasil yang berbeda (*gab research*) tentang hubungan perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu terhadap keberhasilan usaha. Penelitian (Haryanti et al., 2019) menyimpulkan perilaku kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Sedangkan penelitian (Candra, 2022) menyimpulkan karakteristik kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Dalam penelitian (Pradipta & Iffan, 2021) ditemukan hasil karakteristik individu berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Sedangkan penelitian (Fitriani & Arijanto, 2021) menyimpulkan karakteristik individu tidak berpengaruh terhadap kinerja (keberhasilan) usaha.

Berdasarkan pada uraian latar belakang penelitian dan fenomena yang ditemui, penulis melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Karakteristik Individu Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah tersebut di atas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut : ketatnya persaingan antar pedagang termasuk persaingan dengan pedagang *online*, yang dibarengi dengan pelaku usaha kesulitan beradaptasi dengan teknologi berbasis jaringan internet dalam memasarkan produknya, serta kecenderungan pedagang bersikap emosi ketika aktivitas tawar menawar dengan

konsumen berakhir pada kegagalan pembelian oleh konsumen. Semua itu sangat berpotensi menurunkan penjualan dan keuntungan yang pada akhirnya akan mempengaruhi keberhasilan usaha pelaku UMKM sektor pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah penelitian, maka dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha UMKM sektor pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan ?
2. Apakah terdapat pengaruh karakteristik individu terhadap keberhasilan usaha UMKM sektor pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan ?
3. Apakah terdapat pengaruh perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu terhadap keberhasilan usaha UMKM sektor pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan?

1.4 Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut”

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha UMKM sektor pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh karakteristik individu terhadap keberhasilan usaha UMKM sektor pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh perilaku kewirausahaan dan

karakteristik individu terhadap keberhasilan usaha UMKM sektor pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi yang membutuhkannya, seperti :

1. Bagi Peneliti

Memperoleh pengetahuan dan wawasan tentang kemampuan mengembangkan keberhasilan usaha UMKM khususnya sektor pedagang pakaian melalui perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu.

2. Bagi Pelaku UMKM

Hasil penelitian ini dapat berkontribusi (menyumbang) bagi peningkatan keberhasilan usaha UMKM melalui penilaian terhadap perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu dalam menjalankan usaha UMKM.

3. Bagi Pihak Lain

Menjadi rujukan dan perbandingan bagi peneliti lainnya dalam melakukan penelitian dengan materi pembahasan yang sama di masa mendatang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teoritis

2.1.1 Keberhasilan Usaha

2.1.1.1 Pengertian Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha dimaknai sebagai sebuah situasi, saat dimana pelaku usaha memperoleh hasil dari apa yang telah dilakukannya. Ukuran keberhasilan usaha menjadi parameter usaha, apakah usaha dapat dilanjutkan jika mencapai keberhasilan atau dihentikan karena dianggap gagal mencapai keberhasilan. Titik keberhasilan usaha bukan ditentukan keberhasilan saat ini, tetapi keberhasilan saat ini menjadi titik awal melanjutkan usaha untuk mencapai keberhasilan usaha berikutnya yang lebih baik dan lebih berkembang di kemudian hari.

Suryana (2018) memberikan gambaran, bahwa keberhasilan usaha adalah suatu keadaan yang menggambarkan lebih dari yang lain yang sederajat/sekelas dengan usaha tersebut. Artinya keberhasilan usaha diukur dari perbandingan pencapaian keberhasilannya lebih baik dari usaha sejenis. Menurut Farisi (2018) keberhasilan usaha merupakan tujuan utama sebuah usaha atau bisnis, dimana segala aktivitas yang berlaku di dalamnya ditujukan untuk mencapai keberhasilan.

Keberhasilan usaha memberikan penjelasan tentang keberhasilan wirausahawan (pelaku usaha) memaksimalkan potensi dan kemampuannya mencapai tujuan, dimana keberhasilan membawa perubahan menjadi lebih baik dari sebelumnya, sehingga keberhasilan usaha dinyatakan berhasil jika memiliki kelebihan secara ekonomi dibandingkan dengan masa sebelumnya (Gemina & Pitaloka, 2020).

Dibutuhkan usaha, kreativitas, dan kompetensi yang optimal dari pelaku usaha dalam proses pencapaian keberhasilan usaha. Eksploitasi segala kemampuan yang dimiliki pelaku usaha diarahkan untuk terciptanya perubahan-perubahan usaha secara ekonomi yang lebih baik, dari aspek kualitatif maupun kuantitatif sesuai dengan tujuan awal usaha yang telah ditetapkan.

Gohae (2020) memberikan gambaran, bahwa kinerja usaha kecil yang dipersamakan dengan keberhasilan usaha, dimaknai sebagai tingkat keberhasilan tercapainya suatu tujuan atau target sesuai harapan. Pencapaian keberhasilan usaha setidaknya harus didukung oleh komitmen dari pelaku usaha pada pencapaian visi dan misi yang jelas dalam menjalankan usahanya, dibarengi dengan kemauan yang kuat dan keberanian menghadapi risiko bisnis maupun risiko finansial (Suryana, 2018). Upaya optimal pelaku usaha menjalankan usaha dengan mengerahkan segala kemampuannya, akan sebanding dengan keberhasilan usaha yang diraih. Dilatarbelakangi oleh pertumbuhan usaha UMKM sejenis yang semakin tumbuh berkembang dalam persaingan yang tajam, maka kerja keras dan mengoptimalkan kemampuan yang dimiliki pelaku UMKM adalah jawaban yang paling tepat.

Beberapa alasan menjadi kunci keberhasilan UMKM meraih keberhasilan usahanya (Sipahutar, 2020) :

- a. Tujuan usaha dan kebijakan manajemen produksi dan manajemen pemasaran harus memperlihatkan posisi kuat di pasar
- b. Tujuan dan kebijakan usaha dibangun berdasarkan kekuatan usaha serta diperbaharui (*diupdate*) secara berkelanjutan sesuai dengan perubahan peluang dan ancaman yang berkembang di luar.

- c. Pelaku usaha mampu menggali potensi dan kompetensi diri sebagai pendorong menjalankan usaha.

Keberhasilan usaha UMKM dapat diukur dari beberapa indikasi, seperti perolehan keuntungan yang meningkat (minimal tidak mengalami kerugian), peningkatan produktivitas, efektif dan efisien, mampu memenangkan persaingan, dan pelaku usaha mampu menjadikan produknya dikenal (Dewi & Herlina, 2021).

Berdasarkan pada penjelasan di atas, maka secara keseluruhan disimpulkan bahwa keberhasilan usaha yang diraih pelaku usaha UMKM adalah terciptanya perubahan (peningkatan) secara ekonomi dari masa sebelumnya, baik dari aspek keuntungan, produktivitas, volume produksi, dan sebagainya yang mampu mempertahankan eksistensi usaha untuk beberapa masa ke depan.

2.1.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha

Harapan seorang pelaku usaha UMKM akan berusaha semaksimal mungkin mencapai keberhasilan usaha yang optimal untuk menunjukkan eksistensi diri dan usahanya. Upaya mencapai keberhasilan tersebut akan terealisasi, jika pelaku usaha mampu mengendalikan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha. Beberapa faktor internal dan eksternal yang diyakini memberi pengaruh terhadap keberhasilan usaha pelaku UMKM menjalankan bisnisnya sebagai berikut (Suryana, 2018) :

- a. *Individual Skill and Attitudes* (Keterampilan dan Sikap Individual)

Termasuk dalam faktor ini adalah perilaku dan karakteristik individu pelaku kewirausahaan. Keterampilan pelaku UMKM menjalankan usahanya, tidak hanya sebatas mengetahui bisnis yang dijalankannya saja, tetapi juga harus memahami secara luas bisnis yang dijalankan, seperti prospek usaha, persaingan

usaha, selera konsumen, teknik dan strategi bertahan dalam pasar jenuh, dan sebagainya. Keterampilan tersebut juga harus dibarengi dengan sikap pelaku usaha menjajalakan usahanya, terutama berani mengikuti konsep etika bisnis yang cenderung mengajarkan bisnis dengan perilaku yang baik yang tidak hanya mengejar keuntungan pribadi semata, tetapi lebih kepada upaya saling menguntungkan.

b. *Knowledge of Business* (Pengetahuan tentang usaha yang dimasuki)

Pelaku usaha harus memahami sifat dan karakteristik dari usaha yang akan dimasuki. Pelaku usaha harus mampu memprediksi usaha akan bertahan dalam jangka waktu yang dapat diprediksi. Memahami birokrasi dalam menjalankan usaha tersebut, mengenali dengan baik produk pesaing, dan memiliki wawasan luas tentang dunia bisnis, terutama bisnis yang dekat hubungannya dengan bisnis yang dijalani.

c. *Establishment of goal* (Kemantapan dalam menentukan tujuan perusahaan)

Pelaku usaha memahami tujuan yang ingin dicapai melalui usaha yang dijalankan. Tujuan yang ingin dicapai tidak hanya sebatas ikut-ikutan dengan orang lain, tidak hanya sebatas memenuhi kepuasan sesaat, tetapi tujuan yang ditetapkan dan harus dicapai tersebut merupakan tujuan yang mampu mempertahankan keberlanjutan bisnis (*sustainability*) untuk masa yang akan datang.

d. *Take advantages of the opportunities* (Keunggulan dalam mencari peluang)

Pelaku usaha harus mampu memanfaatkan peluang yang muncul dan menjadikan peluang tersebut menjadi keunggulan usaha yang mampu menjadi citra baik bagi pelaku usaha tersebut. Kemampuan pelaku usaha memanfaatkan

dan mengambil peluang yang ada, akan semakin memperkuat kemampuan usaha menerobos berbagai perubahan dan memenangkan persaingan pasar.

e. *Adapt to the changes* (Kemampuan beradaptasi dalam perubahan)

Perubahan yang senantiasa terus berubah dalam lingkungan usaha akan sulit diprediksi, apabila pelaku usaha tidak memiliki sensitivitas yang tinggi terhadap perubahan yang terjadi. Kemampuan pelaku usaha beradaptasi dalam perubahan yang terjadi, maka akan semakin memperkuat untuk bertahan dalam bisnis tersebut.

f. *Minimize the threats to business* (Kemampuan meminimalkan ancaman terhadap usaha)

Selama pelaku usaha memahami risiko yang akan dihadapi dalam menjalankan usahanya, artinya pelaku usaha telah siap dengan segala risiko yang muncul. Itu artinya pelaku usaha sedini mungkin telah mengantisipasi ancaman risiko terhadap usaha yang dijalankannya tersebut dan berusaha semaksimal mungkin meminimalkan risiko yang akan terjadi.

2.1.1.3 Indikator Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha UMKM dapat diukur melalui berbagai indikator. Indikator tersebut secara langsung maupun tidak langsung dapat menentukan tingkat keberhasilan usaha UMKM mencapai kesuksesan. Menilai indikator tersebut dapat dijadikan cara paling mudah bagi para pelaku UMKM melakukan penilaian keberhasilan usahanya. Dan bagi pihak lain khususnya dalam penelitian ini memberi kemudahan bagi peneliti untuk mengetahui keberhasilan pelaku usaha menjalankan usahanya sekaligus menemukan permasalahan dan kendala yang dapat menghambat keberhasilan usaha.

Beberapa indikator keberhasilan usaha UMKM menurut Dewi & Herlina (2021) sebagai berikut:

a. Laba

Pertumbuhan peningkatan volume penjualan dibandingkan dengan masa sebelumnya menunjukkan bahwa volume penjualan semakin meningkat berpotensi pada peningkatan keberhasilan usaha menjalankan bisnisnya dalam peningkatan pendapatan usaha. Pendapatan usaha yang semakin meningkat, menunjukkan usaha mengalami kemajuan dan mencapai keberhasilan. Kondisi ini secara langsung berdampak pada peningkatan laba usaha.

b. Produktivitas

Peningkatan produksi yang ditandai dengan produk yang dihasilkan semakin berkualitas, semakin bervariasi, dan memiliki citra tersendiri di mata konsumen serta SDM yang berkualitas yang menggunakan potensi yang dimiliki secara efektif dan efisien dalam mendukung kelancaran usaha.

c. Daya saing

Daya saing dapat dilihat dari produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang mampu memberi kepuasan kepada konsumen. Harga yang terjangkau, pelayanan yang memuaskan, lingkungan yang nyaman, dan sebagainya.

d. Kompetensi Etika Usaha

Pelaku usaha perlu mengembangkan kompetensi etika usaha ini sebagai daya tarik tersendiri, sehingga pelaku usaha tidak saja mampu memenangkan persaingan usaha, tetapi memperkenalkan etika usaha yang menguntungkan banyak pihak. Atau dengan kata lain pelaku usaha menjalankan usaha secara beretika, menjunjung tinggi kejujuran, kesopanan, kekeluargaan dan sebagainya.

e. Citra usaha

Citra usaha yang melekat pada konsumen sebagai kepercayaan, keyakinan, kesan dan pikiran emosional individu maupun kelompok terhadap usaha tertentu yang tercermin dan tersimpan dalam ingatan konsumen. Citra usaha merupakan gambaran dari harapan konsumen tentang sebuah usaha, sehingga mampu mempengaruhi persepsi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian.

2.1.2 Perilaku Kewirausahaan

2.1.2.1 Pengertian Perilaku Kewirausahaan

Keberlanjutan kegiatan berwirausaha sangat tergantung pada perilaku kewirausahaan pelaku usaha itu sendiri, dimana secara sederhana perilaku tersebut tercermin dari aktivitas menjalankan usaha (Haryanti et al., 2019). Pernyataan ini menegaskan bahwa pencapaian prestasi dan keberhasilan usaha didukung oleh perilaku kewirausahaan.

Perilaku kewirausahaan (*entrepreneur behavior*), merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang menjadi hal yang fundamental sebagai sumber daya yang melandasi proses dan perjuangan menciptakan nilai tambah ekonomis yang dilakukan dengan keberanian untuk menghadapi risiko usaha (Suryana, 2018). Perilaku kewirausahaan tersebut di atas memberi arahan bagi pelaku usaha untuk berpegang teguh pada komitmen perilaku kewirausahaan tersebut dalam menjalankan aktivitas berwirausaha. Itu semua akan mendorong pelaku usaha mencapai keberhasilan usaha dengan perencanaan.

Perilaku kewirausahaan pada dasarnya merupakan bentuk perilaku yang berasal dari sifat kepribadian individu itu sendiri yang menjadi motivasi individu tersebut, yang pada akhirnya dicirikan oleh sikap dalam tindakan, pengetahuan,

serta keterampilan dalam menjalankan usaha. Beberapa sifat yang mencirikan perilaku kewirausahaan dari pelaku usaha menurut Nursiah et al., (2015) adanya sifat kreatif yang mendorong terciptanya kreativitas, sifat keingintahuan yang mendorong individu menambah pengetahuan kewirausahaan, keyakinan akan keberhasilan yang mendorong individu berani menghadapi tantangan, serta sifat kesabaran yang mendorong individu untuk melakukan yang terbaik.

Beberapa penjelasan di atas, dipertegas oleh (Maramis et al., 2023) bahwa perilaku kewirausahaan merupakan tindak lanjut yang dilakukan berdasarkan pola pikir atau *mindset* seseorang, dimana antara *mindset* dan perilaku tersebut terdapat korelasi yang begitu kuat, karena perilaku dan *mindset* tersebut merupakan dua hal yang berkesinambungan.

Perilaku kewirausahaan dapat ditumbuhkembangkan melalui peningkatan motivasi yang berkelanjutan untuk mencapai keberhasilan menjalankan usaha. Motivasi yang kuat untuk meraih keberhasilan usaha, berdampak pada pemunculan ketekunan dalam berusaha dan keberanian mengambil risiko dalam menjalankan usaha. Sehingga pada akhirnya akan meningkatkan keinginan untuk mendapatkan penghasilan usaha yang lebih besar dan maksimal. Hadirnya perilaku kewirausahaan yang muncul pada setiap individu seorang pelaku usaha sebagai wirausahawan, akan mempengaruhi pencapaian keberhasilan usaha yang dijalankan (Nursiah et al., 2015).

Inti dari penjelasan perilaku kewirausahaan adalah bahwa seorang pelaku usaha harus berperilaku layaknya sikap yang dimiliki oleh seorang wirausahawan. Sehingga dengan demikian boleh dinyatakan bahwa perilaku kewirausahaan adalah sikap ideal seorang pelaku usaha menjalankan usaha untuk mencapai

keberhasilan usaha yang dijalankannya. Maka dengan demikian sikap perilaku yang harus dimiliki oleh seorang pelaku usaha mencapai keberhasilan usahanya, setidaknya memiliki kompetensi kewirausahaan seperti pengetahuan kewirausahaan dan keterampilan, kualitas individu seperti motivasi, nilai-nilai pribadi, serta keyakinan yang menjadi sikap fundamental dalam mencapai keberhasilan usaha (Suryana, 2018).

2.1.2.2 Faktor Pembentukan Perilaku Kewirausahaan

Keberhasilan pelaku usaha (wirausahawan) menjalankan aktivitas usahanya dipengaruhi oleh banyak sekali faktor yang membentuk (mendorong) terbentuknya perilaku kewirausahaan. Lingkungan berperan mendorong terbentuknya perilaku kewirausahaan pelaku usaha (wirausahawan) mengelola usahanya hingga menghasilkan kesuksesan/keberhasilan atau kegagalan. Faktor lingkungan memiliki peran yang tidak dapat diabaikan, perlu dilakukan pengkajian terhadap faktor lingkungan yang membentuk perilaku kewirausahaan.

Faktor lingkungan memiliki berbagai aspek, diantaranya aspek internal dan aspek eksternal. Faktor lingkungan dari aspek internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri individu yang mendorong individu tersebut untuk melakukan sesuatu atau bersikap terhadap sesuatu. Faktor lingkungan dari aspek internal ini meliputi (Nagel & Suhartatik, 2018):

- a. *Locus of Control*, merupakan kepribadian yang berhubungan dengan harapan individu terhadap kemampuan mengontrol peristiwa dalam kehidupan seseorang. *Locus of Control* berperan penting menggerakkan aktivitas seseorang dalam merespon lingkungan bisnis di sekitarnya.

- b. *Need acievement*, adalah kebutuhan akan prestasi. Faktor psikologis sangat kuat mempengaruhi *entrepreneurship*. Pelaku usaha akan melihat visi jauh ke depan agar dapat mengantisipasi ancaman bisnis dan memanfaatkan peluang .
- c. *Risk taking*, merupakan orientasi pengambilan keputusan atas sesuatu yang belum pasti terjadi, namun perlu dilakukan antisipasi. Dalam keseharian kondisi ini dikatakan keberanian mengambil risiko yang muncul.
- d. Jiwa *entrepreneurship*. Seorang pelaku usaha setidaknya harus memiliki jiwa bisnis, yaitu mengarahkan diri, percaya diri, berorientasi pada tindakan, energik, dan toleran terhadap ketidakpastian.
- e. Emosi. Merupakan faktor paling menentukan keberhasilan pelaku usaha dalam menjalankan usaha. Kecerdasan emosi lebih menjamin keberhasilan usaha dari pada kecerdasan intelektual (Nagel & Suhartatik, 2018). Pelaku usaha yang memiliki kecerdasan emosi yang stabil, cenderung menganggap bahwa krisis adalah sebuah peluang, bukan sebuah ancaman.
- f. Kreativitas, merupakan kemampuan melahirkan sesuatu yang baru dalam bentuk gagasan atau karya nyata yang beda dengan yang ada sebelumnya.
- g. Inovasi, sesuatu yang berkenaan dengan produk, jasa atau ide yang terlihat baru dengan merubah sesuatu yang sudah ada menjadi lebih baru dan bermanfaat.

Faktor lingkungan dari aspek eksternal adalah faktor pendorong minat seorang pelaku usaha terhadap sesuatu yang berasal dari luar diri individu tersebut. Faktor lingkungan dari aspek eksternal meliputi hal-hal seperti; keluarga, masyarakat, komunitas, pemerintah, lingkungan bisnis, media sosial, pendidikan, musim (trend) dan sebagainya.

Faktor lingkungan internal dan eksternal yang terlibat dalam pembentukan perilaku kewirausahaan dari seorang pelaku usaha, tidak terbatas pada lemah atau kuatnya faktor lingkungan tersebut, tetapi yang lebih penting bagaimana pengaruh tersebut mampu membentuk dan menguatkan jiwa dan perilaku kewirausahaan seorang pelaku usaha yang diimplementasikan dalam menjalankan usahanya.

2.1.2.3 Indikator Perilaku Kewirausahaan

Mengutip penelitian Aslam et al., (2017) bahwa perilaku kewirausahaan pada dasarnya bersifat multi dimensi. Perilaku ini mengkolaborasikan semua elemen ke dalam sebuah aktivitas yang dilakukan oleh pelaku usaha, dimana perilaku kewirausahaan mengandalkan evaluasi, eksploitasi, dan penemuan peluang kewirausahaan. Maka dengan demikian perilaku kewirausahaan dipandang sebagai mobilitas untuk meningkatkan hasil.

Indikator perilaku kewirausahaan, dapat menjadi penilaian bagi perilaku kewirausahaan seorang pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Mengutip penelitian Nursiah et al., (2015), beberapa indikator menentukan perilaku kewirausahaan adalah sebagai berikut:

1. Afektif

Sikap yang tampak dan ditunjukkan oleh pelaku usaha dalam menjalankan usaha. Beberapa sikap afektif tersebut meliputi : disiplin, gigih dan ulet, tekun, serta komitmen pada usaha yang dijalankan.

2. Kognitif

Kemampuan mengelola usaha yang dimiliki oleh pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Beberapa kemampuan dimaksud, seperti : pengetahuan kewirausahaan, kemampuan beradaptasi, dan kemampuan membangun strategi.

3. Motorik

Keterampilan yang dimiliki pelaku usaha dalam menjalankan usaha. Beberapa keterampilan tersebut adalah sebagai berikut: memanfaatkan peluang, berani mengambil risiko, dan memiliki kreativitas

2.1.3 Karakteristik Individu

2.1.3.1 Pengertian Karakteristik Individu

Keberhasilan seorang pelaku usaha harus didukung oleh pengetahuan kewirausahaan, khususnya di bidang usaha yang dijalankannya. Pengetahuan kewirausahaan akan mewarnai karakteristik individu yang pada akhirnya akan membentuk perilaku kewirausahaan dari pelaku usaha tersebut. Ini artinya ada korelasi yang sangat kuat antara karakteristik individu dengan perilaku kewirausahaan. Walaupun karakteristik individu menjadi dasar seseorang dalam menjalankan pekerjaan, dalam kaitan dengan kewirausahaan, perlu didukung dengan perilaku kewirausahaan (Maramis et al., 2023).

Karakteristik individu merupakan ciri khas atau sifat spesifik yang dimiliki dan melekat pada seseorang yang menjadikan dirinya memiliki kemampuan yang berbeda dengan orang lain untuk mempertahankan dan memperbaiki hasil kerjanya (Maramis et al., 2023). Karakteristik individu merupakan terjemahan atau kata lain dari minat, sikap, dan kebutuhan individu tersebut, dimana sikap tersebut dibawa atau digunakan oleh seseorang ketika melakukan suatu pekerjaan (Salsabila, 2021). Dalam konteks pelaku usaha UMKM, banyak aspek yang melekat dalam karakteristik individu, sehingga dinyatakan bahwa karakteristik individu mencakup banyak tingkatan dan klasifikasi maupun kategorinya, seperti usia, kebutuhan,

motivasi, yang kesemuanya itu akan mempengaruhi keberhasilan usaha seorang pelaku UMKM (Pradipta & Iffan, 2021)

Karakteristik individu meliputi, sikap diri sendiri, kebutuhan individual, kemampuan atau kompetensi, pengetahuan tentang pekerjaan dan emosi, suasana hati, perasaan keyakinan dan nilai-nilai individu. Menurut Maramis et al., (2023) karakteristik individu adalah kemampuan dan kecakapan, latar belakang dan demografi.

Karakteristik individu meliputi beberapa hal yang dikemukakan oleh (Salsabila, 2021) sebagai berikut:

1. *Openness to Experience.*

Karakteristik individu yang menerima pengalaman baru (hal-hal baru) atau tidak menolak ketika ada perubahan.

2. *Conscientiousness.*

Karakteristik individu yang bersifat waspada atau sangat berhati-hati ketika melakukan sesuatu hal atau tindakan.

3. *Extraversion*

Karakteristik individu yang memiliki sifat terbuka dan nyaman atau tidak terganggu jika berinteraksi dengan orang lain atau individu lain.

4. *Agreeableness.*

Karakteristik individu yang selalu menghindari konflik.

5. *Neocritism*

Karakteristik individu yang memiliki sifat terbuka terhadap tekanan atau mempunyai penilaian kemampuan dalam menahan stress terhadap seseorang.

2.1.3.2 Karakteristik Individu Ideal Dalam Keberhasilan Usaha

Bagi pelaku usaha yang telah bulat tekadnya untuk merintis usaha di dunia UMKM, harus mempersiapkan kemampuan dirinya, tidak hanya dari modal yang harus tersedia, tetapi lebih jauh dari itu pengetahuan tentang berwirausaha beserta faktor pendukung lainnya harus dimiliki seorang pelaku usaha. Satu hal yang paling penting, bahwa karakteristik individu dalam berwirausaha setidaknya mendominasi dalam diri seorang pelaku usaha.

Beberapa karakteristik individu layaknya telah melekat dalam diri pelaku usaha, sehingga akan lebih membantu mendorong pelaku usaha menjalankan dan menghadapi berbagai aktivitas usaha untuk mencapai keberhasilan. Karakteristik individu yang ideal dimaksud adalah sebagai berikut (Dewi, 2024):

1. Percaya diri

Pelaku usaha sangat perlu membangun kepercayaan diri, mengenali diri sendiri, kemampuan, dan keterbatasan. Pelaku usaha dapat menggunakan kepercayaan diri untuk membawa bisnis ke luar dari zona nyaman, yang diiringi dengan kehati-hatian. Berperilaku sombong dari seorang pelaku usaha, justru membuat buta akan kelemahannya. Jika pelaku usaha percaya pada diri sendiri dan usaha yang dijalankan, tujuan usaha akan lebih mudah dicapai. Tidak perlu takut berlebihan menapaki langkah usaha selanjutnya. Di sisi lain, pelaku usaha akan mampu melihat keterbatasannya, dan akan kecil kemungkinannya melakukan kesalahan yang tak masuk akal saat mengelola dan menjalankan usaha.

2. Tangguh

Sebagai pelaku usaha harus memiliki sikap tangguh dan tidak gampang putus asa. Ketika masalah muncul dalam usaha, harus segera menemukan solusinya,

walaupun solusi yang harus diambil melewati tantangan yang berat, selama masih mampu untuk dilakukan dan tidak melanggar norma, maka hal tersebut harus segera ditindaklanjuti. Karakter tangguh yang dimiliki seorang pelaku usaha akan sangat membantu melewati berbagai masalah yang muncul dan akan menjadikan pelaku usaha lebih kuat dan terbiasa dengan permasalahan-permasalahan dalam menjalankan usaha.

3. *Futuristik* (orientasi ke depan)

Penting bagi pelaku usaha mengetahui dan mempertegas visi dan misi menjalankan usaha. Berorientasi masa depan, berarti ada upaya untuk mempertahankan usaha yang dijalankan tetap eksis dan berkembang, dan bila memungkinkan menjada pelaku usaha yang unggul dan menjadi inspirasi bagi pelaku usaha lainnya. Pelaku usaha yang *futuristik* tidak akan pernah berhenti, mundur, atau diam sebelum tujuan masa depannya tercapai. Naluri *futuristik* seorang pelaku usaha mampu membayangkan peluang, problematika, situasi pasar, dan dinamika usaha di masa mendatang, sehingga intuisinya mendorong untuk segera mengambil sikap sebagai bentuk antisipasi keadaan di masa depan.

4. Cerdas finansial

Perencanaan keuangan sebagai anggaran/pedoman keuangan merupakan hal penting dalam menjalankan usaha. Sebagian besar kesuksesan usaha cenderung diukur dari sisi keuangan. Sebagai pelaku usaha yang dituntut untuk cerdas secara finansial, pelaku usaha harus menyadari bahwa menetapkan anggaran hanyalah langkah pertama, dan pengendalian penggunaan keuangan adalah langkah berikutnya yang harus konsisten dilakukan.

5. Pribadi yang menyenangkan

Sikap positif dan kepribadian yang menyenangkan menjadi modal bagi pelaku usaha mendapatkan konsumen sebanyakya, karena pribadi yang menyenangkan menjadi daya tarik tersendiri menjalankan usaha. Dalam jangka panjang, menjadi pribadi yang menyenangkan membawa hasil positif bagi keuntungan usaha. Berinteraksi dengan konsumen dan membangun hubungan yang lebih baik, akan menghasilkan transaksi bisnis yang berulang. Memiliki kepribadian yang menyenangkan, tidak harus selalu tersenyum dan selalu ceria. Sebaliknya, menjadi pribadi yang menyenangkan, tahu cara mengatasi stres dan tidak akan melampiaskan suasana hati buruk kepada orang lain khususnya kepada konsumen dan kepada pemasok.

6. Semangat dan bergairah

Kesungguhan, semangat dan gairah dalam menjalankan dan membangun usaha, akan membuat konsumen dan rekan usaha dapat melihat semangat yang dilakukan sebagai pemilik usaha. Semangat ini dapat membantu membuat rekan usaha dan orang yang mensupport juga bekerja dengan bergairah, sehingga semangat dan suasana positif akan terasa dalam menjalankan usaha.

2.1.3.3 Indikator Karakteristik Individu

Bagi pelaku usaha UMKM perlu mengenal karakteristik individu secara pribadi, untuk mengenal lebih jauh karakter pribadi dan kesesuaian dengan usaha yang dijalankan. Beberapa indikator karakteristik individu yang berkorelasi dengan menjalankan usaha UMKM sebagai berikut (Maramis et al., 2023) :

a. Kemampuan

Memahami keterbatasan yang dimiliki, sehingga mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan kemampuan, seperti kesesuaian bakat dan minat pada usaha yang dijalankan, terus menambah dan mencari pengetahuan usaha, dan menempa mental usaha untuk tahan terhadap dinamika usaha UMKM.

b. Persepsi

Membiasakan diri membangun persepsi tentang usaha yang dijalani, bahwa usaha tidak selalu harus menguntungkan, terbuka terhadap kritik dan saran, toleransi dan sabar terhadap kesulitan dan hambatan usaha.

c. Kepribadian

Mengenal lebih jauh kepribadian diri sendiri, apakah sesuai dengan bisnis yang akan dirintis, mampu menjadi diri sendiri, menerima setiap perubahan, pengendalian emosional.

d. Pengalaman

Memiliki pengalaman di bidang usaha, khususnya UMKM. Jika pun tidak memiliki pengalaman yang memadai, maka bersiap untuk menggali pengalaman pihak lain, atau bekerjasama dengan pihak yang berpengalaman, serta mampu berkaca dari pengalaman sebelumnya.

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu dijadikan bahan rujukan penelitian ini, diantaranya adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Maramis, Pio, & Kalangi (2023)	Pengaruh Karakteristik Individu Terhadap Perilaku Kewirausahaan Studi Pada Usaha Mikro Kecil Di Kota Manado	1.Karakteristik individu (X) 2.Perilaku kewirausahaan (Y)	Terdapat pengaruh karakteristik individu terhadap perilaku kewirausahaan.
2	Mustapa, Zainal, Astari, & Ervianingsih (2022)	Pengaruh Keterampilan Kewirausahaan dan Karakteristik Individu Terhadap Keberhasilan UMKM di Kelurahan Kambo Kota Palopo	1.Keterampilan Kewirausahaan (X ₁) 2.Karakteristik Individu (X ₂) 3.Keberhasilan usaha (Y)	1.Keterampilan kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha 2.Karakteristik individu berpengaruh terhadap keberhasilan usaha 3.Keterampilan kewirausahaan dan karakteristik individu secara simultan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha
3	Pradipta & Iffan (2021)	Pengaruh Keterampilan Kewirausahaan dan Karakteristik Individu Terhadap Keberhasilan Usaha (Survei Pada Industri Genteng Kecamatan Jatiwangi Kabupaten Majalengka)	1.Keterampilan kewirausahaan (X ₁) 2.Karakteristik individu (X ₂) 3.Keberhasilan Usaha (Y)	1.Keterampilan kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan usaha 2.Karakteristik individu berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan usaha. 3.Keterampilan kewirausahaan dan karakteristik individu secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan usaha.
4	Dewi & Herlina (2021)	Pengaruh Kreativitas dan Kemampuan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Kuliner di Baturaja Timur Kabupaten OKU	1.Kreativitas (X ₁) 2.Kemampuan Kewirausahaan (X ₂) 3.Keberhasilan Usaha (Y)	1.Secara parsial kreativitas berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha 2.Secara parsial kemampuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha 3.Secara simultan kreativitas dan kemampuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap

No	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				keberhasilan usaha.
5	Gemina & Pitaloka (2020)	Keberhasilan Usaha Berbasis Sikap dan Pengetahuan Kewirausahaan Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Makanan Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor	1.Sikap Kewirausahaan (X ₁) 2.Pengetahuan Kewirausahaan (X ₂) 3.Keberhasilan Usaha (Y)	1.Sikap kewirausahaan dan pengetahuan kewirausahaan secara parsial berpengaruh terhadap keberhasilan usaha 2.Sikap kewirausahaan dan pengetahuan kewirausahaan secara simultan berpengaruh pada keberhasilan usaha
6	Sipahutar (2020)	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Karakteristik Kewirausahaan dan Sosial Support Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Cafe di Daerah Pancing Medan Tembung	1.Pengetahuan Kewirausahaan (X ₁) 2.Karakteristik Kewirausahaan (X ₂) 3.Sosial Support (X ₃) 4.Keberhasilan usaha (Y)	Pengetahuan kewirausahaan, karakteristik kewirausahaan dan sosial support berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha
7	Haryanti, Solovida & Kristanto (2019)	Pengaruh Kemampuan Manajerial, Perilaku Kewirausahaan dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha	1.Kemampuan manajerial (X ₁) 2.Perilaku kewirausahaan (X ₂) 3.Motivasi 3.Keberhasilan Usaha (Y)	1.Kemampuan manajerial berpengaruh terhadap keberhasilan usaha 2.Perilaku kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. 3.Motivasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.
8	Pratama & Handayani (2018)	Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Karakteristik Individu Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Sentra Rajut Binongjati Bandung	1.Perilaku kewirausahaan (X ₁) 2.Karakteristik Individu (X ₂) 3.Keberhasilan Usaha (Y)	Perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu berpengaruh terhadap keberhasilan usaha, baik secara parsial maupun secara simultan.
9	Adyas & Kurniawan (2018)	Pengaruh Keterampilan Kewirausahaan dan Karakteristik Individu Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Mikro dan Kecil di Perumahan Indogreen Citeurep Bogor	1.Keterampilan kewirausahaan (X ₁) 2.Karakteristik individu (X ₂) 3.Keberhasilan usaha (Y)	Keterampilan kewirausahaan dan karakteristik individu secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.
10	Nursiah, Kusnadi & Burhanuddin (2015)	Perilaku Kewirausahaan Pada Usaha Mikro Kecil (UMK) Tempe di Bogor Jawa Barat	1.Perilaku kewirausahaan (X ₁) 2.Keberhasilan Usaha (Y)	Perilaku kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

Sumber: Dari Berbagai Sumber (2024)

2.3. Kerangka Konseptual

Sugiyono (2019) menyatakan kerangka konseptual merupakan model tentang bagaimana sebuah teori berkorelasi terhadap faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting. Kerangka konseptual yang disusun bertujuan untuk lebih memudahkan melakukan analisa data menemukan jawaban atas permasalahan penelitian.

Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha

Perilaku kewirausahaan merupakan tindak sinergi dari perilaku dan pola pikir atau *mindset* seseorang tentang kewirausahaan. Perilaku dan pola pikir tersebut keduanya berkorelasi begitu kuat dan berkesinambungan (Maramis et al., 2023). Perilaku kewirausahaan yang berkembang melalui motivasi berwirausaha yang berkelanjutan memberi dampak bagi pencapaian keberhasilan usaha. Motivasi berwirausaha yang kuat untuk meraih keberhasilan usaha, berdampak munculnya ketekunan, kegigihan dan keuletan berusaha, serta keberanian mengambil setiap risiko yang muncul dalam menjalankan usaha. Pada akhirnya akan meningkatkan keinginan mendapatkan penghasilan usaha yang lebih besar dan maksimal. Hal ini menunjukkan bahwa ada korelasi perilaku kewirausahaan yang muncul pada setiap individu seorang pelaku usaha sebagai wirausahawan terhadap pencapaian keberhasilan usah. (Nursiah et al., 2015). Artinya ada korelasi atau hubungan antara perilaku kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha. Pernyataan tersebut telah dibuktikan oleh peneliti (Gemina & Pitaloka, 2020) dan Haryanti et al., (2019), dimana kedua peneliti tersebut menyimpulkan bahwa perilaku kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM.

Pengaruh Karakteristik Individu Terhadap Keberhasilan Usaha

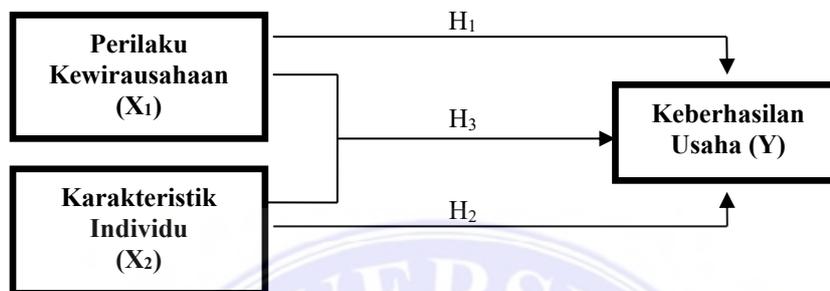
Optimalisasi karakteristik individu yang bersumber dari pribadi seorang pelaku usaha UMKM, berpotensi kuat menciptakan pribadi wirausahawan yang percaya diri, tangguh, futuristik, cerdas, pribadi menyenangkan, dan senantiasa bersemangat penuh gairah. Ada kekuatan pada karakteristik individu yang dimiliki seorang pelaku usaha UMKM terhadap keberhasilan usaha, dimana pelaku usaha tersebut mampu mengoptimalkan potensi pribadi yang dimilikinya dengan penuh keseriusan. Artinya bahwa karakteristik individu tersebut mampu memberi pengaruh terhadap keberhasilan usaha. Hubungan pengaruh tersebut ditemukan dari hasil penelitian Maramis et al., (2023) dan penelitian (Pradipta & Iffan, 2021) bahwa karakteristik individu berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Karakteristik Individu Terhadap Keberhasilan Usaha

Kekuatan perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu merupakan dua hal yang memiliki hubungan terhadap keberhasilan usaha UMKM. Perilaku kewirausahaan yang merupakan perwujudan pengembangan dari karakteristik individu yang termotivasi untuk mengembangkan usaha mencapai keberhasilannya. Di satu sisi karakteristik individu merupakan karakter yang sudah tertanam dalam pribadi seorang pelaku usaha sehingga membentuk sebuah kepribadian. Kolaborasi kedua elemen perilaku kewirausahaan dan karakter individu tersebut akan membentuk sebuah kekuatan mewujudkan keberhasilan usaha. Dengan demikian dipersepsikan bahwa perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu berpotensi memberi pengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM. Pernyataan ini didukung oleh penelitian Pratama & Handayani (2018) yang menyimpulkan bahwa perilaku

kewirausahaan dan karakteristik individu secara simultan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

Berdasarkan pada rumusan masalah, uraian kerangka konseptual dan hasil penelitian terdahulu, disusun kerangka konseptual penelitian sebagai berikut :



Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual Penelitian

2.4. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari pertanyaan yang ada pada perumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2019). Berdasarkan pada pengertian hipotesis tersebut, dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H₁ : Terdapat pengaruh positif dan signifikan perilaku kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha UMKM sektor pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan.

H₂ : Terdapat pengaruh positif dan signifikan karakteristik individu terhadap keberhasilan usaha UMKM sektor pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan.

H₃ : Terdapat pengaruh positif dan signifikan perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu terhadap keberhasilan usaha UMKM sektor pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian jenis kuantitatif. Ghozali (2018) menjelaskan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang analisis datanya menggunakan statistik inferensial, untuk tujuan mengetahui derajat hubungan dan bentuk pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat. Pembuktian derajat pengaruh tersebut dilakukan pada variabel perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu sebagai variabel bebas (X) terhadap variabel keberhasilan usaha sebagai variabel terikat (Y).

3.1.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pelaku UMKM, khususnya yang memiliki usaha (berdagang) pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan. Pasar Tradisional Sei Sikambing beralamat di Jl. Gatot Subroto Kelurahan Sei Sikambing C II Medan Helvetia.

3.1.3 Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian direncanakan dimulai dari bulan Pebruari 2024 sampai dengan bulan Pebruari 2025. Perencanaan tahapan pelaksanaan penelitian diuraikan dalam tabel tahapan penelitian sebagai berikut :

Tabel 3.1. Tahapan Perencanaan Penelitian

Kegiatan	Peb s/d Jun 24	Jul 24	Agt 24	Sep 24	Okt 24	Nop 24	Des 24	Jan 25	Peb 25	Mrt 25	Apr 25
Penyusunan Proposal	■										
Bimbingan Proposal	■	■	■	■	■	■	■				
Seminar Proposal							■				
Pengumpulan Data							■				
Analisis Data							■				
Bimbingan Hasil								■			
Seminar Hasil									■		
Ujian Meja Hijau											■

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan suatu kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan (Sugiyono, 2019). Populasi yang dipilih pada penelitian ini adalah pelaku usaha UMKM pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing. Informasi dari Pengelola diperoleh bahwa jumlah pedagang pakaian di lokasi ini populasinya adalah sebanyak 55 pelaku usaha.

3.2.2 Sampel

Sugiyono (2019) menjelaskan, sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi penelitian. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan sampel jenuh, dimana seluruh populasi dijadikan sampel penelitian. Dengan demikian sampel penelitian berjumlah 55 sampel.

3.3 Definisi Operasional

Definisi operasional menjelaskan tentang batasan dan ruang lingkup penelitian, sehingga memudahkan pengukuran, pengamatan, dan pengembangan alat ukur. Mengukur variabel penelitian digunakan skala Likert sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Kurang Setuju

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Defenisi operasional variabel dan pengukuran indikator variabel penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Keberhasilan Usaha (Y)	Keberhasilan usaha merupakan keberhasilan wirausahawan (pelaku usaha) dalam memaksimalkan potensi dan kemampuan mencapai tujuannya, dimana keberhasilan membawa perubahan menjadi lebih baik dari sebelumnya, sehingga keberhasilan usaha dinyatakan berhasil jika memiliki kelebihan secara ekonomi dibandingkan dengan masa sebelumnya (Gemina & Pitaloka, 2020).	1. Laba 2. Produktivitas 3. Daya saing 4. Kompetensi etika usaha 5. Citra usaha (Handianto, 2023)	Likert
Perilaku Kewirausahaan (X ₁)	Perilaku kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang menjadi hal fundamental sebagai sumber daya yang melandasi proses dan perjuangan menciptakan nilai tambah ekonomis yang dilakukan dengan keberanian untuk menghadapi risiko usaha (Suryana, 2018).	1. Afektif 2. Kognitif 3. Motorik (Nursiah et al., 2015)	Likert
Karakteristik Individu (X ₂)	Karakteristik individu merupakan ciri khas atau sifat spesifik yang dimiliki dan melekat pada seseorang yang menjadikan dirinya memiliki kemampuan yang berbeda dengan orang lain untuk mempertahankan dan memperbaiki hasil kerjanya. (Maramis et al., 2023)	1. Kemampuan 2. Persepsi 3. Kepribadian 4. Pengalaman (Maramis et al., 2023)	Likert

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data Primer.

Data yang diperoleh langsung dari responden (sampel) yang diteliti berupa pendapat atau opini melalui jawaban kuesioner yang diisi oleh responden.

b. Data Sekunder.

Data pendukung yang diperoleh dari referensi literatur, kepustakaan, jurnal dan bahan bacaan lainnya yang tersedia di media internet dan media lainnya.

3.4.2 Sumber Data

Ditinjau dari jenis dan sumber datanya, maka data yang dikumpulkan dalam upaya melengkapi penelitian ini bersumber dari :

1. Objek penelitian. Data primer penelitian ini bersumber dari objek yang diteliti secara langsung, yaitu pelaku usaha UMKM pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan.

2. Literatur (bahan bacaan).

Merupakan informasi yang diperoleh secara tidak langsung, yaitu data yang diperoleh dari berbagai sumber yang melengkapi penelitian ini seperti buku-buku referensi, jurnal, artikel, *website* dan lain sebagainya.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian kepustakaan (*library research*). Dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai referensi (sumber bacaan) yang berhubungan dengan materi penelitian.
- b. Penelitian lapangan (*field research*). Dilakukan dengan mengunjungi langsung objek yang diteliti dengan cara :
 - 1) Observasi, yaitu melakukan pengamatan secara langsung objek yang diteliti.
 - 2) Kuesioner, memberikan daftar pernyataan (kuesioner) kepada responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian.
 - 3) Wawancara, yaitu melakukan tanya jawab secara langsung dengan responden terkait dengan materi yang diteliti.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Kualitas Data

3.6.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur keakuratan (valid/sah) dari data primer yang bersumber dari kuesioner. Menurut Ghazali (2018) jika akurasi data menunjukkan nilai yang tinggi, maka data dapat digunakan, namun jika akurasi data menunjukkan nilai rendah, maka data tersebut tidak dapat digunakan dalam penelitian. Pengambilan keputusan uji validitas sebagai berikut:

- a. Jika hasil validitas ($r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$) 0,30 maka pertanyaan kuesioner memiliki akurasi yang tinggi, sehingga dinyatakan lulus uji validitas, sehingga data boleh digunakan.
- b. Jika hasil validitas ($r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$) 0,30 maka pertanyaan kuesioner memiliki akurasi yang rendah, sehingga dinyatakan tidak lulus uji validitas, sehingga data tidak boleh digunakan.

Hasil uji validitas data penelitian untuk masing-masing variabel yang diteliti merujuk pada r-tabel 0,30 dengan α 5% diperoleh hasil uji sebagai berikut:

1. Hasil Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha (Y)

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha (Y)

Indikator	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Laba	Y ₁	0,574	0,30	Valid
	Y ₂	0,706	0,30	Valid
Produktivitas	Y ₃	0,567	0,30	Valid
	Y ₄	0,655	0,30	Valid
Daya Saing	Y ₅	0,743	0,30	Valid
	Y ₆	0,707	0,30	Valid
Kompetensi Etika Usaha	Y ₇	0,726	0,30	Valid
	Y ₈	0,640	0,30	Valid
Citra Usaha	Y ₉	0,674	0,30	Valid
	Y ₁₀	0,717	0,30	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS (2024)

Tabel di atas menunjukkan hasil uji atas jawaban kuesioner variabel keberhasilan usaha, dimana semua hasil $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ (0,30). Maka dengan demikian seluruh pernyataan kuesioner variabel keberhasilan usaha (Y) dinyatakan valid dan lulus uji validitas sehingga data boleh digunakan dalam penelitian ini.

2. Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Kewirausahaan (X₁)

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Kewirausahaan (X₁)

Indikator	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Afektif	X _{1.1}	0,632	0,30	Valid
	X _{1.2}	0,731	0,30	Valid
	X _{1.3}	0,452	0,30	Valid
Kognitif	X _{1.4}	0,627	0,30	Valid
	X _{1.5}	0,435	0,30	Valid
	X _{1.6}	0,659	0,30	Valid
Motorik	X _{1.7}	0,517	0,30	Valid
	X _{1.8}	0,473	0,30	Valid
	X _{1.9}	0,596	0,30	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS (2024)

Tabel di atas menunjukkan hasil uji atas jawaban kuesioner variabel perilaku kewirausahaan, dimana semua hasil $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ (0,30). Maka dengan demikian seluruh pernyataan kuesioner variabel perilaku kewirausahaan (X₁)

dinyatakan valid dan lulus uji validitas sehingga data boleh digunakan dalam penelitian ini.

3. Hasil Uji Validitas Variabel Karakteristik Individu (X_2)

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Karakteristik Individu (X_2)

Indikator	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kemampuan	$X_{2.1}$	0,624	0,30	Valid
	$X_{2.2}$	0,598	0,30	Valid
Persepsi	$X_{2.3}$	0,541	0,30	Valid
	$X_{2.4}$	0,743	0,30	Valid
	$X_{2.5}$	0,678	0,30	Valid
Kepribadian	$X_{2.6}$	0,559	0,30	Valid
	$X_{2.7}$	0,722	0,30	Valid
Pengalaman	$X_{2.8}$	0,505	0,30	Valid
	$X_{2.9}$	0,629	0,30	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2024)

Tabel di atas menunjukkan hasil uji atas jawaban kuesioner variabel karakteristik individu, dimana semua hasil $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ (0,30). Maka dengan demikian seluruh pernyataan kuesioner variabel karakteristik individu (X_2) dinyatakan valid dan lulus uji validitas sehingga data boleh digunakan dalam penelitian ini.

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018), uji reliabilitas digunakan untuk mengukur stabilitas dan konsistensi responden menjawab setiap kuesioner yang diberikan. Mengukur uji reliabilitas dilakukan dengan *Cronbach Alpha*. Pengambilan keputusan uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

- a. Pertanyaan kuesioner dikatakan reliabel (lulus uji reliabilitas) jika menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* > standar reliabel 0,60 maka dinyatakan data kuesioner tersebut boleh digunakan.
- b. Pertanyaan kuesioner dikatakan tidak reliabel (tidak lulus uji reliabilitas) apabila menghasilkan *Cronbach Alpha* < standar reliabel 0,60 maka dinyatakan data kuesioner tidak boleh digunakan.

Hasil uji reliabilitas data variabel penelitian (perilaku kewirausahaan, karakteristik individu, dan keberhasilan usaha) dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3.6. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Standar Reliabel	Keterangan
1	Perilaku Kewirausahaan (X_1)	0,742	0,60	Reliabel
2	Karakteristik Individu (X_2)	0,802	0,60	Reliabel
3	Keberhasilan Usaha (Y)	0,858	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data SPSS (2024)

Tabel di atas menjelaskan hasil uji reliabilitas, dimana semua nilai Cronbach Alpha masing-masing variabel yang diteliti lebih besar ($>$) dari nilai standar reliabel 0,60. Maka dengan demikian seluruh data variabel penelitian telah memenuhi unsur kelayakan lolos uji reliabel, sehingga data penelitian dapat dipergunakan dalam penelitian ini.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

3.6.2.1 Uji Normalitas

Ghozali (2018) menjelaskan uji normalitas data dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu (residual) telah terdistribusi normal. Jika data residual terdistribusi normal, maka data boleh digunakan. Uji normalitas dapat dilakukan dengan pendekatan :

a. Histogram

Pengambilan keputusan lulus uji normalitas dengan Histogram menyatakan, apabila posisi histogram berada tepat di tengah grafik, dan histogram berbentuk lonceng sempurna, maka dinyatakan data residual telah terdistribusi normal.

b. Normalitas P-Plot.

Pengambilan keputusan uji normalitas dengan P-Plot menyatakan, apabila data tersebar di garis atau di sekitar garis diagonal yang mengikuti arah garis diagonal tersebut, itu menandakan data residual telah terdistribusi normal.

- c. Uji Kolmogorov Smirnov dengan pengambilan keputusan sebagai berikut:
- 1) Jika *Asymp.sig (2-tailed)* menghasilkan nilai signifikansi $> 0,05$ maka data residual telah terdistribusi normal, dan data dapat digunakan.
 - 2) Jika *Asymp.sig (2-tailed)* menghasilkan nilai signifikan $< 0,05$ maka data residual tidak terdistribusi normal, sehingga data tidak dapat digunakan.

3.6.2.2 Uji Multikolinearitas

Ghozali (2018) menyatakan uji multikolinearitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas. Hasil uji multikolinearitas yang baik tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Kriteria pengambilan keputusan untuk uji multikolinieritas adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai *Tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , maka dinyatakan tidak ada gejala multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi, sehingga data boleh digunakan.
2. Jika nilai *Tolerance* $< 0,1$ dan nilai VIF > 10 , maka dinyatakan ada gejala multikolinieritas antar variabel bebas dalam regresi, sehingga data tidak boleh digunakan.

3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018) uji Heterokedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi tidak terjadi kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut. Untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas, dilakukan dengan Scatter Plot dan uji Glejser.

a. Scatter Plot

Pengambilan keputusan lulus uji heteroskedastisitas dengan *Scatter Plot*, apabila

data tersebar ke segala arah di atas dan di bawah garis nol, dan tidak membentuk pola tertentu. Maka data terbebas dari gejala multikolinearitas, sehingga data boleh digunakan.

b. Uji Glejser

Kriteria pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas dengan uji Glejser sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dipastikan data penelitian terbebas gejala heteroskedastisitas, sehingga data boleh digunakan
2. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dipastikan data penelitian terjadi gejala heteroskedastisitas, sehingga data tidak boleh digunakan.

3.6.3 Uji Regresi Linier Berganda

Melakukan uji analisis regresi linier berganda bertujuan untuk menemukan besaran nilai koefisien korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumusan analisis regresi linier berganda dengan persamaan linier sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (keberhasilan usaha)

α = Konstanta

β = Koefisien variabel bebas

X_1 = Variabel bebas (perilaku kewirausahaan)

X_2 = Variabel bebas (karakteristik individu)

e = Tingkat kesalahan

3.6.4 Uji Hipotesis

3.6.4.1 Uji Parsial (uji-t)

Uji parsial (uji-t) menunjukkan besaran pengaruh variabel bebas secara individual (parsial) terhadap variasi variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan

menggunakan tingkat kesalahan 0,05 ($\alpha = 5\%$). Kriteria pengambilan keputusan penerimaan/penolakan hipotesis sebagai berikut:

1. Jika nilai t -hitung $>$ t -tabel dan probabilitas atau $sig.t < 0,05$ maka hipotesis diterima. Artinya secara parsial variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai t -hitung $<$ t -tabel dan probabilitas atau $sig.t > 0,05$ maka hipotesis ditolak. Artinya secara parsial variabel bebas berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikat.

3.6.4.2 Uji Simultan (uji-F)

Uji simultan (uji-F) menunjukkan apakah semua variabel bebas yang diteliti berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan tingkat kesalahan 0,05 ($\alpha = 5\%$). Kriteria pengambilan keputusan penerimaan/penolakan hipotesis sebagai berikut:

1. Jika nilai F -hitung $>$ F -tabel dan probabilitas $sig.F < 0,05$ maka hipotesis diterima. Artinya secara simultan semua variabel bebas secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai F -hitung $<$ F -tabel dan probabilitas atau $sig.F > 0,05$ maka hipotesis ditolak. Artinya secara simultan semua variabel bebas secara bersamaan berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikat.

3.6.5 Uji Koefisien Determinasi

Ghozali (2018) menjelaskan koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengambilan keputusan uji determinasi adalah sebagai berikut :

- 1) Jika hasil uji determinasi semakin besar mendekati 1, maka kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat semakin besar. Kondisi ini menunjukkan bahwa model yang digunakan semakin kuat berkontribusi terhadap variabel terikat.
- 2) Jika hasil uji determinasi semakin kecil mendekati 0, maka kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kecil. Kondisi ini menunjukkan bahwa model yang digunakan semakin kecil/lemah berkontribusi terhadap variabel terikat.

Tabel 3.7. Interpretasi Koefisien Determinasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0% - 19,9%	Sangat lemah
20% - 39,9%	Lemah
40% - 59,9%	Sedang
60% - 79,9%	Kuat
80% - 100%	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2019)

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Hasil uji data dengan bantuan aplikasi SPSS Versi 27 for windows, dan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

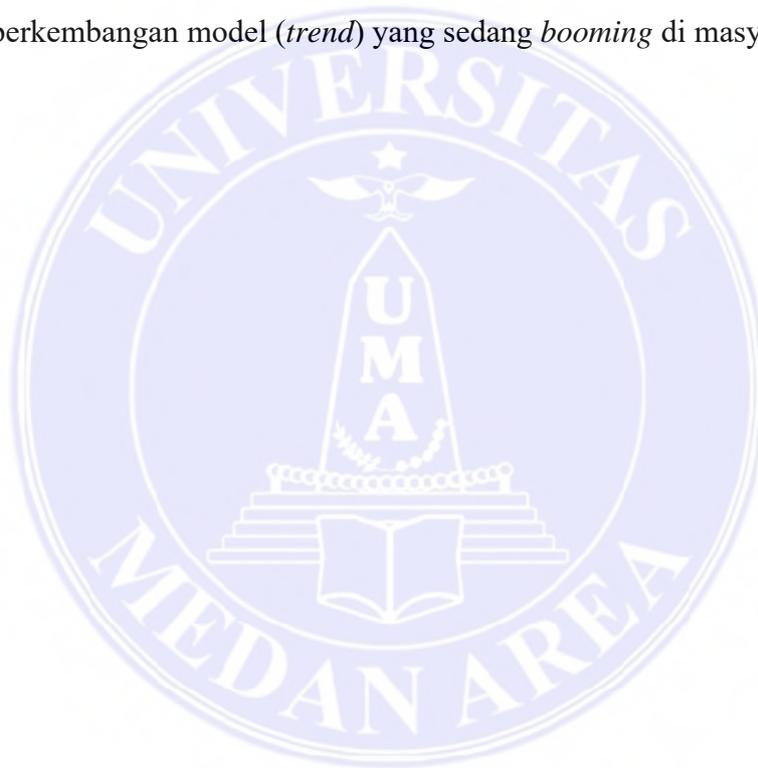
1. Perilaku kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pelaku UMKM di pasar tradisional Sei Sikambing Medan.
2. Karakteristik individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pelaku UMKM di pasar tradisional Sei Sikambing Medan.
3. Perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu secara simultan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pelaku UMKM di pasar tradisional Sei Sikambing Medan

5.2. Saran

Dalam upaya mencapai keberhasilan usaha pelaku UMKM sektor pedagang pakaian di pasar tradisional Sei Sikambing Medan, maka ada baiknya pelaku UMKM menerapkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Membuka diri dan memberanikan diri untuk menggunakan teknologi berbasis internet dalam memasarkan produknya sekaligus masuk ke dalam persaingan penjualan produk dan transaksi penjualan secara online, serta berani menerima kritikan/komplian dari konsumen sebagai modal perbaikan.
2. Meningkatkan pengendalian diri khususnya dalam mengendalikan emosi dan mengendalikan kesabaran dalam menghadapi konsumen secara langsung dalam proses tawar menawar, serta bersabar dalam mencapai keberhasilan usaha.

3. Pelaku UMKM sektor pedagang pakaian di pasar tradisional Sei Sikambing, masih cenderung menggunakan cara-cara konvensional memasarkan produknya, maka untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan keuntungan usaha, adanya baiknya pedagang melakukan pengembangan kreativitas dan inovasi dalam memasarkan produknya, tidak saja memanfaatkan teknologi berbasis internet, tetapi juga harus mampu membaca kelemahan dan kekuatan sendiri, membaca situasi lingkungan usaha yang dijalankan, membaca selera konsumen, dan perkembangan model (*trend*) yang sedang *booming* di masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

- Aslam, N., Ahmed, A. M., Nisar, Q. A., & Safraz, M. (2017). Entrepreneurial Behaviours: The Influence of Personal and Organizational Characteristics. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 7(2), 223–233. <https://doi.org/10.6007/ijarafms/v7-i2/2997>
- Candra, I. M. H. (2022). Pengaruh Karakteristik Wirusaha, Pengalaman dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 5(1), 139–143.
- Dewi, B. K. (2024). *Karekter Diri Yang Harus Dimiliki Pelaku Usaha Dalam Membangun Bisnis*. <https://umkm.kompas.com>
- Farisi. (2018). *Be an Entrepreneur*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Firdaus, A. M. (2018). *Pelaku UMKM di Kota Medan Dilindungi Perda Kota Medan*. <https://ayomedan.id/ini-medan/pr-3572342191>.
- Fitriani, D., & Arijanto, S. (2021). Analisis Hubungan Karakteristik Wirusaha Terhadap Kinerja UMKM Bidang Fashion di Masa Pandemi Covid 19 Menggunakan PLS-SEM. *Prosiding Desiminasi FTI-Genap*, 1–11.
- Gemina, D. A. W. P. A., & Pitaloka, A. W. (2020). Keberhasilan Usaha Berbasis Sikap Kewirausahaan dan Pengetahuan Kewirausahaan Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Makanan Minuman Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor. *Jurnal Visionida*, 6(1), 20–32.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gohae, A. S. (2020). Pengaruh Pengetahuan Berwirusaha dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Usaha Key Florist di Kecamatan Lahomi). *Jurnal DTY STIE Nias Selatan*, 51–57.
- Grehenson, G. (2023). *Pelarangan Impor Baju Bekas Harus Diikuti Peningkatan Kualitas Produk Lokal*. <https://ugm.ac.id/berita/23595>.
- Haryanti, R. D., Solovida, G. T., & Kristanto, R. S. (2019). Pengaruh Kemampuan Manajerial, Perilaku Kewirausahaan dan Motivasi Terhadap Kinerja Usaha. *Journal of Economic and Banking*, 1(2), 108–124.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2021). *Dukungan Pemerintah Bagi UMKM Agar Pulih di Masa Pandemi*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/2939>.
- Maramis, N. C., Pio, R. J., & Kalangi, Johny. A. F. (2023). Pengaruh Karakteristik Individu Terhadap Perilaku Kewirausahaan Studi Pada Usaha Mikro Kecil Di Kota Manado. *Journal Productivity*, 4(2), 239–248.
- Mulyadi, D. (2021). *Faktor-Faktor Manajerial Dalam Pengelolaan Usaha Penggilingan Padi*. Jakarta: Media Sains Indonesia.
- Nagel, P. J. F., & Suhartatik, A. (2018). Faktor Internal dan Eksternal Minat Berwirusaha dan Keberhasilan Usaha Pada UMKM di Surabaya. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 15(1), 53–63.
- Nur'ani, N., Ainulyaqin, M. H., & Edy, S. (2024). Dampak Fenomena E-Commerce Pada Tingkat Penjualan di Pasar Tradisional Ditinjau Dari Psikologi dan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(01), 270–284.
- Nursiah, T., Kusnadi, N., & Burhanuddin. (2015). *Perilaku Kewirausahaan Pada*

- Usaha Mikro Kecil (UMK) Tempe di Bogor Jawa Barat. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 3(2), 145–158.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Kegiatan Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
- Pradipta, A., & Iffan, M. (2021). Pengaruh Keterampilan Kewirausahaan dan Karakteristik Individu Terhadap Keberhasilan Usaha (Survei Pada Industri Genteng Kecamatan Jatiwangi Kabupaten Majalengka). *JEMBA: Journal of Economics, Management, Business, and Accounting*, 1(1), 73–83.
- Salsabila, S. (2021). *Pengertian Individu, Ciri, Aspek, dan Karakteristiknya*. <https://kompasiana.com>.
- Sipahutar, F. E. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Karakteristik Kewirausahaan, dan Social Support Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Café di Daerah Pancing Medan Tembung. *Universitas HKBP Nomensen Medan*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2018). *Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM.



Lampiran 1: Kuesioner**KUESIONER PENELITIAN****PENGARUH PERILAKU KEWIRAUSAHAAN DAN KARAKTERISTIK INDIVIDU TERHADAP KEBERHASILAN USAHA DI PASAR TRADISIONAL SEI SIKAMBIING MEDAN (Studi Kasus Pada Pedagang Pakaian)**

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pedagang Pakaian
Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan

Dengan segala hormat, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk meluangkan waktu sejenak untuk mengisi kuesioner ini. Saya berharap Bapak/Ibu menjawab dengan bebas, sesuai dengan apa yang Bapak/Ibu alami, bukan apa yang seharusnya. Saya sangat mengharapkan Bapak/Ibu menjawab dengan jujur, sebab tidak ada jawaban yang benar dan salah. Sesuai dengan kode etik/peraturan penelitian, saya menjamin kerahasiaan dari semua jawaban/opini yang diberikan. Dan penelitian ini semata-mata hanya digunakan untuk kepentingan ilmiah dalam rangka penyelesaian Skripsi saya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Medan Area Medan. Kesediaan Bapak/Ibu mengisi kuesioner ini dan mengembalikannya kepada saya merupakan bantuan yang tak ternilai bagi saya. Akhirnya, saya ucapkan terima kasih atas kerja samanya.

Peneliti,

Arsandy Putera B

PETUNJUK PENGISIAN

1. Mohon terlebih dahulu anda membaca pernyataan dengan cermat, sebelum mengisinya.
2. Jawablah sesuai opini anda pada kolom yang tersedia dengan tanda√.
3. Keterangan pilihan jawaban :
 - SS = Sangat Setuju
 - S = Setuju
 - KS = Kurang Setuju
 - TS = Tidak Setuju
 - STS = Sangat Tidak Setuju

IDENTITAS RESPONDEN

1. No. Responden :
2. Nama :(boleh tidak diisi)
3. Usia : Tahun
4. Jenis Kelamin : Pria Wanita
5. Lama usaha :
6. Tingkat Pendidikan: S2 S1 D3 SLTA

MATERI KUESIONER

A. Keberhasilan Usaha

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
Laba						
1	Laba usaha belakangan ini meningkat karena jumlah pembelian konsumen yang meningkat					
2	Kehadiran toko online tidak mempengaruhi laba, yang mana toko saya sudah memiliki konsumen tersendiri					
Produktivitas						
3	Volume penjualan terus mengalami peningkatan, khususnya untuk produk pakaian jadi					
4	Tersedia berbagai macam model pakaian di toko saya, sehingga memberi kemudahan konsumen memilih.					
Daya Saing						
5	Produk pakaian terjamin baik kualitasnya, sehingga saya tidak khawatir dengan produk pakaian lain.					
6	Harga produk masih terjangkau konsumen, karena harga di toko saya sesuai dengan kualitasnya.					
Kompetensi Etika Usaha						
7	Komitmen saya, untung sedikit tidak mengapa, asalkan jujur dan konsumen tidak berpindah ke toko lain					
8	Komplain dari konsumen diterima dengan baik, karena dapat menjadi motivasi dan perbaikan					
Citra Usaha						
9	Konsumen senang belanja di toko saya, karena saya berusaha memberikan yang terbaik bagi konsumen					
10	Mempertahankan kualitas lebih baik dari pada untung besar, sehingga konsumen tetap memilih produk saya					

B. Perilaku Kewirausahaan

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
Afektif						
1	Saya tipe orang yang bertanggung jawab pada usaha yang sudah saya pilih					
2	Saya menikmati usaha berdagang pakaian ini, hingga saya tidak kenal letih dan lelah menjalaninya					
3	Usaha ini harus terus berlanjut hingga mencapai apa yang saya cita-citakan.					
Kognitif						
4	Saya paham betul liku-liku menjalankan usaha berdagang pakaian ini.					
5	Saya siap menghadapi risiko dan situasi lainnya menjalani usaga dagang pakaian ini.					
6	Saya menggunakan internet sebagai cara memenangkan persaingan dengan pedagang online					
Motorik						
7	Saya terus membaca dan mempelajari berbagai peluang untuk memajukan dagang pakaian saya ini					
8	Kalaupun saya harus rugi, bagi saya hal itu biasa dalam usaha, dan saya harus mencari cara lain untuk dapat untung di kemudian hari.					
9	Banyak cara mempertahankan usaha dagang pakaian ini mencapai keberhasilan, saya sabar menjalaninya					

C. Karakteristik Individu

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
Kemampuan						
1	Saya terus berusaha menambah pengetahuan untuk kemajuan usaha dagang pakaian ini.					
2	Mental saya sudah teruji kuat dalam menjalankan usaha dagang pakaian seperti ini					
Persepsi						
3	Bagi saya, menjalankan usaha dagang pakaian tidak harus selalu berhasil, keberhasilan ada waktunya					
4	Saya tetap sabar menjalankan usaha dagang pakaian ini untuk mencapai keberhasilan					
5	Saya yakin, kesulitan usaha pasti datang dan saya yakin dapat menyelesaikannya					
Kepribadian						
6	Saya tidak perlu emosi kepada konsumen, jika mereka tidak jadi membeli produk saya					
7	Saya senang kalau konsumen komplin, itu bisa menjadi dorongan semangat saya menjalankan usaha dagang pakaian ini					
Pengalaman						
8	Saya memiliki pengalaman yang banyak dalam menjalankan usaha dagang pakaian ini					
9	Kegagalan dan keberhasilan masa lalu menjadi pengalaman berharga untuk memajukan usaha dagang pakaian ini.					

Lampiran 2: Tabulasi Jawaban Responden
Tabulasi Jawaban Variabel Keberhasilan Usaha

No Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Total
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	2	3	2	3	3	3	4	3	4	4	31
3	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	47
4	4	4	2	4	4	5	5	4	5	5	42
5	4	3	3	5	4	4	4	3	5	5	40
6	2	3	3	2	4	4	3	3	3	3	30
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	32
8	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	33
9	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	37
10	4	3	2	2	3	4	4	4	4	4	34
11	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	40
12	3	3	4	4	5	5	5	4	4	5	42
13	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	45
14	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
15	2	2	2	3	3	3	3	4	3	3	28
16	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	35
17	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
18	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	29
19	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	28
20	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	32
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
22	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
24	3	2	4	3	2	2	3	3	3	3	28
25	3	3	5	3	3	4	4	4	4	4	37
26	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	32
27	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	28
28	3	4	5	4	4	4	4	5	5	4	42
29	3	4	5	4	4	4	3	3	3	4	37
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
32	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	37
33	3	4	3	5	4	4	4	4	3	4	38
34	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	29
35	4	5	3	5	5	5	4	4	3	4	42
36	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	40
37	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	29
38	4	4	4	2	4	4	5	4	5	5	41
39	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
40	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	39
41	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
42	3	3	4	4	5	3	3	4	4	4	37
43	2	2	4	4	5	3	4	4	5	4	37
44	3	3	4	4	5	4	4	3	4	3	37
45	2	4	3	3	5	4	3	4	5	4	37
46	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38
47	4	3	3	5	4	5	3	3	5	2	37
48	4	3	3	5	3	5	4	3	4	3	37
49	4	2	3	4	4	4	5	3	5	4	38
50	4	3	2	3	3	5	4	3	4	3	34
51	3	2	2	4	4	5	5	3	4	2	34
52	2	3	2	4	3	5	4	4	4	3	34
53	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	36
54	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	35
55	3	3	2	4	4	4	3	4	2	4	33
Total	178	185	175	200	208	211	208	200	211	208	

Tabulasi Jawaban Perilaku Kewirausahaan

No Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Total
1	4	3	3	4	3	4	2	3	4	30
2	5	2	3	3	3	3	3	5	5	32
3	5	5	4	5	4	5	5	5	4	42
4	5	3	3	4	3	4	5	4	4	35
5	5	4	3	5	2	5	4	4	5	37
6	4	3	3	5	4	1	3	1	4	28
7	4	2	5	4	2	2	2	5	3	29
8	5	5	3	3	2	5	4	5	5	37
9	3	2	4	3	3	2	3	3	4	27
10	4	2	2	2	2	1	2	4	4	23
11	4	4	3	4	5	4	4	2	4	34
12	4	4	2	4	2	4	4	4	3	31
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
14	5	5	4	4	4	5	5	5	5	42
15	3	2	3	1	3	1	2	5	2	22
16	2	4	3	3	4	5	5	5	3	34
17	3	2	4	3	5	5	3	4	2	31
18	3	4	3	5	3	5	4	2	4	33
19	4	2	4	3	4	3	2	5	4	31
20	3	4	3	3	4	4	3	3	5	32
21	3	4	3	5	4	4	4	4	4	35
22	4	2	3	3	3	4	3	1	2	25
23	4	2	3	2	3	1	2	4	3	24
24	2	3	3	2	4	2	5	5	2	28
25	4	5	4	5	4	5	5	5	4	41
26	3	2	3	3	4	3	3	2	3	26
27	5	3	4	4	5	5	5	5	4	40
28	5	4	3	4	3	5	4	5	5	38
29	5	5	4	2	4	2	5	5	4	36
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
31	3	3	4	2	4	2	2	3	3	26
32	1	1	3	3	4	5	5	5	2	29
33	5	5	4	4	4	4	4	5	5	40
34	2	2	4	1	2	2	5	5	2	25
35	5	5	4	5	5	5	4	5	5	43
36	5	5	4	4	4	4	4	5	5	40
37	3	4	2	3	3	2	3	3	3	26
38	5	4	5	4	4	4	4	5	5	40
39	2	2	3	3	2	2	3	2	4	23
40	4	4	2	3	3	4	3	3	3	29
41	3	3	2	3	3	4	3	3	4	28
42	4	5	5	4	3	3	4	4	4	36
43	4	4	3	4	4	2	2	4	5	32
44	4	5	2	4	4	2	2	4	4	31
45	5	4	3	4	4	3	3	4	3	33
46	3	3	2	4	3	3	3	4	5	30
47	4	3	3	4	4	2	3	3	5	31
48	3	4	2	5	3	2	3	5	4	31
49	4	4	3	5	4	2	1	4	4	31
50	5	4	5	4	3	3	2	4	3	33
51	4	4	5	5	4	2	3	4	4	35
52	5	3	5	4	4	3	3	4	5	36
53	4	4	5	4	4	3	3	4	4	35
54	5	3	5	4	4	4	2	4	4	35
55	4	4	4	4	5	2	2	4	4	33
Total	214	192	189	200	195	181	185	218	212	

Tabulasi Jawaban Karakteristik Individu

No Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	Total
1	3	5	1	4	5	3	3	4	2	30
2	4	5	2	4	5	3	2	5	5	35
3	5	5	4	5	5	4	5	4	5	42
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
5	5	2	2	3	1	5	5	3	5	31
6	2	2	3	3	3	3	2	2	2	22
7	3	3	3	3	4	4	5	3	5	33
8	5	4	4	5	5	3	5	3	5	39
9	4	3	4	4	2	5	5	2	5	34
10	4	2	1	2	4	3	2	3	1	22
11	2	4	2	4	5	5	4	2	5	33
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
13	2	3	4	4	4	4	5	5	5	36
14	4	4	4	4	4	4	5	4	5	38
15	3	2	2	2	2	4	2	5	3	25
16	5	3	3	4	3	4	5	4	5	36
17	3	5	3	4	2	5	2	5	4	33
18	4	4	3	3	3	4	4	3	3	31
19	4	4	3	3	2	2	1	5	2	26
20	2	3	2	1	3	2	2	3	1	19
21	2	4	3	3	3	4	3	5	4	31
22	3	3	3	4	3	5	5	5	5	36
23	2	4	1	2	1	2	2	4	5	23
24	3	3	3	2	2	3	1	3	3	23
25	3	3	2	4	4	4	4	3	4	31
26	2	3	2	3	1	1	1	2	4	19
27	4	3	3	3	4	3	3	2	3	28
28	5	5	5	5	5	5	5	5	3	43
29	3	4	4	5	5	4	5	5	5	40
30	5	4	4	5	5	5	5	5	5	43
31	1	2	3	3	2	2	2	5	4	24
32	5	3	3	5	4	4	5	3	4	36
33	4	3	3	3	4	3	3	3	3	29
34	3	3	2	1	1	2	3	3	4	22
35	5	4	2	3	5	4	5	5	5	38
36	5	5	4	4	5	5	5	5	5	43
37	2	4	3	3	4	4	3	2	2	27
38	4	1	1	2	4	3	4	3	4	26
39	3	2	3	2	2	3	3	3	2	23
40	3	4	4	2	3	4	3	3	1	27
41	3	3	4	3	4	3	3	3	3	29
42	4	5	5	3	4	3	2	4	5	35
43	4	5	5	3	4	3	3	4	5	36
44	4	5	4	3	4	2	3	4	5	34
45	4	4	5	2	3	2	2	3	4	29
46	5	5	4	4	4	2	3	4	5	36
47	5	3	5	4	4	3	3	3	3	33
48	4	4	5	2	4	2	3	4	4	32
49	4	5	5	3	3	3	4	4	3	34
50	3	5	5	2	4	3	5	4	4	35
51	4	5	5	3	5	2	3	4	4	35
52	3	5	5	2	5	4	2	4	4	34
53	4	4	5	3	4	2	3	4	4	33
54	4	4	5	2	4	2	2	4	4	31
55	4	4	5	2	4	3	3	3	4	32
Total	199	205	189	175	198	185	187	204	213	

Lampiran 3: Frekuensi Jawaban Kuesioner

Frekuensi Jawaban Variabel Keberhasilan Usaha

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	14.5	14.5	14.5
	Kurang Setuju	27	49.1	49.1	63.6
	Setuju	19	34.5	34.5	98.2
	Sangat Setuju	1	1.8	1.8	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	9.1	9.1	9.1
	Kurang Setuju	28	50.9	50.9	60.0
	Setuju	19	34.5	34.5	94.5
	Sangat Setuju	3	5.5	5.5	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	3.6	3.6	3.6
	Tidak Setuju	12	21.8	21.8	25.5
	Kurang Setuju	21	38.2	38.2	63.6
	Setuju	14	25.5	25.5	89.1
	Sangat Setuju	6	10.9	10.9	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	5.5	5.5	5.5
	Kurang Setuju	22	40.0	40.0	45.5
	Setuju	22	40.0	40.0	85.5
	Sangat Setuju	8	14.5	14.5	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.8	1.8	1.8
	Kurang Setuju	19	34.5	34.5	36.4
	Setuju	26	47.3	47.3	83.6
	Sangat Setuju	9	16.4	16.4	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.8	1.8	1.8
	Kurang Setuju	18	32.7	32.7	34.5
	Setuju	25	45.5	45.5	80.0
	Sangat Setuju	11	20.0	20.0	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Y7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	20	36.4	36.4	36.4
	Setuju	27	49.1	49.1	85.5
	Sangat Setuju	8	14.5	14.5	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Y8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.8	1.8	1.8
	Kurang Setuju	24	43.6	43.6	45.5
	Setuju	24	43.6	43.6	89.1
	Sangat Setuju	6	10.9	10.9	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

		Y9			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.8	1.8	1.8
	Kurang Setuju	18	32.7	32.7	34.5
	Setuju	25	45.5	45.5	80.0
	Sangat Setuju	11	20.0	20.0	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

		Y10			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	3.6	3.6	3.6
	Kurang Setuju	19	34.5	34.5	38.2
	Setuju	23	41.8	41.8	80.0
	Sangat Setuju	11	20.0	20.0	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Frekuensi Jawaban Variabel Perilaku Kewirausahaan

		X1.1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.8	1.8	1.8
	Tidak Setuju	4	7.3	7.3	9.1
	Kurang Setuju	12	21.8	21.8	30.9
	Setuju	21	38.2	38.2	69.1
	Sangat Setuju	17	30.9	30.9	100.0
Total	55	100.0	100.0		

		X1.2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.8	1.8	1.8
	Tidak Setuju	12	21.8	21.8	23.6
	Kurang Setuju	11	20.0	20.0	43.6
	Setuju	21	38.2	38.2	81.8
	Sangat Setuju	10	18.2	18.2	100.0
Total	55	100.0	100.0		

		X1.3			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	14.5	14.5	14.5
	Kurang Setuju	23	41.8	41.8	56.4
	Setuju	16	29.1	29.1	85.5
	Sangat Setuju	8	14.5	14.5	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

		X1.4			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	3.6	3.6	3.6
	Tidak Setuju	5	9.1	9.1	12.7
	Kurang Setuju	14	25.5	25.5	38.2
	Setuju	24	43.6	43.6	81.8
	Sangat Setuju	10	18.2	18.2	100.0
Total	55	100.0	100.0		

		X1.5			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	12.7	12.7	12.7
	Kurang Setuju	16	29.1	29.1	41.8
	Setuju	27	49.1	49.1	90.9
	Sangat Setuju	5	9.1	9.1	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	7.3	7.3	7.3
	Tidak Setuju	15	27.3	27.3	34.5
	Kurang Setuju	9	16.4	16.4	50.9
	Setuju	15	27.3	27.3	78.2
	Sangat Setuju	12	21.8	21.8	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.8	1.8	1.8
	Tidak Setuju	12	21.8	21.8	23.6
	Kurang Setuju	18	32.7	32.7	56.4
	Setuju	14	25.5	25.5	81.8
	Sangat Setuju	10	18.2	18.2	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	3.6	3.6	3.6
	Tidak Setuju	4	7.3	7.3	10.9
	Kurang Setuju	8	14.5	14.5	25.5
	Setuju	21	38.2	38.2	63.6
	Sangat Setuju	20	36.4	36.4	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

X1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	10.9	10.9	10.9
	Kurang Setuju	10	18.2	18.2	29.1
	Setuju	25	45.5	45.5	74.5
	Sangat Setuju	14	25.5	25.5	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Frekuensi Jawaban Variabel Karakteristik Individu

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.8	1.8	1.8
	Tidak Setuju	8	14.5	14.5	16.4
	Kurang Setuju	14	25.5	25.5	41.8
	Setuju	20	36.4	36.4	78.2
	Sangat Setuju	12	21.8	21.8	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.8	1.8	1.8
	Tidak Setuju	6	10.9	10.9	12.7
	Kurang Setuju	15	27.3	27.3	40.0
	Setuju	18	32.7	32.7	72.7
	Sangat Setuju	15	27.3	27.3	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	7.3	7.3	7.3
	Tidak Setuju	9	16.4	16.4	23.6
	Kurang Setuju	15	27.3	27.3	50.9
	Setuju	13	23.6	23.6	74.5
	Sangat Setuju	14	25.5	25.5	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

		X2.4			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	3.6	3.6	3.6
	Tidak Setuju	13	23.6	23.6	27.3
	Kurang Setuju	20	36.4	36.4	63.6
	Setuju	13	23.6	23.6	87.3
	Sangat Setuju	7	12.7	12.7	100.0
Total		55	100.0	100.0	

		X2.5			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	7.3	7.3	7.3
	Tidak Setuju	7	12.7	12.7	20.0
	Kurang Setuju	9	16.4	16.4	36.4
	Setuju	22	40.0	40.0	76.4
	Sangat Setuju	13	23.6	23.6	100.0
Total		55	100.0	100.0	

		X2.6			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.8	1.8	1.8
	Tidak Setuju	12	21.8	21.8	23.6
	Kurang Setuju	17	30.9	30.9	54.5
	Setuju	16	29.1	29.1	83.6
	Sangat Setuju	9	16.4	16.4	100.0
Total		55	100.0	100.0	

		X2.7			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	5.5	5.5	5.5
	Tidak Setuju	12	21.8	21.8	27.3
	Kurang Setuju	17	30.9	30.9	58.2
	Setuju	6	10.9	10.9	69.1
	Sangat Setuju	17	30.9	30.9	100.0
Total		55	100.0	100.0	

		X2.8			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	10.9	10.9	10.9
	Kurang Setuju	18	32.7	32.7	43.6
	Setuju	17	30.9	30.9	74.5
	Sangat Setuju	14	25.5	25.5	100.0
Total		55	100.0	100.0	

		X2.9			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	5.5	5.5	5.5
	Tidak Setuju	5	9.1	9.1	14.5
	Kurang Setuju	9	16.4	16.4	30.9
	Setuju	17	30.9	30.9	61.8
	Sangat Setuju	21	38.2	38.2	100.0
Total		55	100.0	100.0	

Lampiran 4: Hasil Uji Validitas Hasil Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha

		Correlations										
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.504**	.218	.312*	.204	.409**	.407**	.136	.375**	.345**	.574**
	Sig. (2-tailed)		.000	.110	.020	.136	.002	.002	.321	.005	.010	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y2	Pearson Correlation	.504**	1	.382**	.357**	.494**	.441**	.310*	.479**	.242	.545**	.706**
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.007	.000	.001	.021	.000	.075	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y3	Pearson Correlation	.218	.382**	1	.241	.374**	.110	.217	.300*	.324*	.385**	.567**
	Sig. (2-tailed)	.110	.004		.077	.005	.423	.112	.026	.016	.004	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y4	Pearson Correlation	.312*	.357**	.241	1	.552**	.596**	.426**	.319*	.324*	.275*	.655**
	Sig. (2-tailed)	.020	.007	.077		.000	.000	.001	.017	.016	.042	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y5	Pearson Correlation	.204	.494**	.374**	.552**	1	.527**	.453**	.451**	.461**	.477**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.136	.000	.005	.000		.000	.001	.001	.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y6	Pearson Correlation	.409**	.441**	.110	.596**	.527**	1	.638**	.370**	.461**	.300*	.707**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.423	.000	.000		.000	.005	.000	.026	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y7	Pearson Correlation	.407**	.310*	.217	.426**	.453**	.638**	1	.408**	.602**	.513**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.002	.021	.112	.001	.001	.000		.002	.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y8	Pearson Correlation	.136	.479**	.300*	.319*	.451**	.370**	.408**	1	.335*	.541**	.640**
	Sig. (2-tailed)	.321	.000	.026	.017	.001	.005	.002		.012	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y9	Pearson Correlation	.375**	.242	.324*	.324*	.461**	.461**	.602**	.335*	1	.420**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.005	.075	.016	.016	.000	.000	.000	.012		.001	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y10	Pearson Correlation	.345**	.545**	.385**	.275*	.477**	.300*	.513**	.541**	.420**	1	.717**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.004	.042	.000	.026	.000	.000	.001		.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Total	Pearson Correlation	.574**	.706**	.567**	.655**	.743**	.707**	.726**	.640**	.674**	.717**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55

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

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

Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Kewirausahaan

		Correlations									
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.479**	.337*	.404**	.118	.214	-.014	.222	.563**	.632**
	Sig. (2-tailed)		.000	.012	.002	.392	.117	.918	.103	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X1.2	Pearson Correlation	.479**	1	.115	.522**	.251	.333*	.303*	.238	.493**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000		.401	.000	.065	.013	.024	.080	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X1.3	Pearson Correlation	.337*	.115	1	.155	.312*	.094	.080	.280*	.097	.452**
	Sig. (2-tailed)	.012	.401		.259	.020	.493	.562	.038	.480	.001
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X1.4	Pearson Correlation	.404**	.522**	.155	1	.262	.369**	.073	-.047	.515**	.627**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.259		.053	.006	.597	.734	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X1.5	Pearson Correlation	.118	.251	.312*	.262	1	.194	.105	.064	.104	.435**
	Sig. (2-tailed)	.392	.065	.020	.053		.155	.446	.642	.450	.001
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X1.6	Pearson Correlation	.214	.333*	.094	.369**	.194	1	.577**	.183	.206	.659**
	Sig. (2-tailed)	.117	.013	.493	.006	.155		.000	.182	.131	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X1.7	Pearson Correlation	-.014	.303*	.080	.073	.105	.577**	1	.317*	.035	.517**
	Sig. (2-tailed)	.918	.024	.562	.597	.446	.000		.019	.799	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X1.8	Pearson Correlation	.222	.238	.280*	-.047	.064	.183	.317*	1	.125	.473**
	Sig. (2-tailed)	.103	.080	.038	.734	.642	.182	.019		.365	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X1.9	Pearson Correlation	.563**	.493**	.097	.515**	.104	.206	.035	.125	1	.596**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.480	.000	.450	.131	.799	.365		.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Total	Pearson Correlation	.632**	.731**	.452**	.627**	.435**	.659**	.517**	.473**	.596**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.001	.000	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55

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

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

Hasil Uji Validitas Variabel Karakteristik Individu

		Correlations									
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.276*	.344*	.400**	.394**	.211	.433**	.162	.288*	.624*
	Sig. (2-tailed)		.041	.010	.002	.003	.122	.001	.239	.033	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X2.2	Pearson Correlation	.276*	1	.521**	.298*	.475**	.058	.083	.412**	.285*	.598*
	Sig. (2-tailed)	.041		.000	.027	.000	.675	.548	.002	.035	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X2.3	Pearson Correlation	.344*	.521**	1	.164	.356**	.004	.167	.198	.214	.541**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000		.231	.008	.978	.223	.147	.117	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X2.4	Pearson Correlation	.400**	.298*	.164	1	.469**	.535**	.587**	.286*	.447**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.002	.027	.231		.000	.000	.000	.034	.001	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X2.5	Pearson Correlation	.394**	.475**	.356**	.469**	1	.248	.407**	.216	.198	.678**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.008	.000		.068	.002	.113	.147	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X2.6	Pearson Correlation	.211	.058	.004	.535**	.248	1	.652**	.194	.243	.559**
	Sig. (2-tailed)	.122	.675	.978	.000	.068		.000	.156	.073	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X2.7	Pearson Correlation	.433**	.083	.167	.587**	.407**	.652**	1	.154	.483**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.001	.548	.223	.000	.002	.000		.263	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X2.8	Pearson Correlation	.162	.412**	.198	.286*	.216	.194	.154	1	.335*	.505**
	Sig. (2-tailed)	.239	.002	.147	.034	.113	.156	.263		.012	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X2.9	Pearson Correlation	.288*	.285*	.214	.447**	.198	.243	.483**	.335*	1	.629**
	Sig. (2-tailed)	.033	.035	.117	.001	.147	.073	.000	.012		.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Total	Pearson Correlation	.624*	.598**	.541**	.743**	.678**	.559**	.722**	.505**	.629**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55

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

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

Lampiran 5: Tabel Statistik

Tabel-t

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.35451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171

Tabel-F

$\alpha = 0,05$	$df_1 = k-1$							
$df_2 = (n-k-1)$	1	2	3	4	5	6	7	8
1	161.448	199.500	215.707	224.583	230.162	233.986	236.768	238.883
2	18.513	19.000	19.164	19.247	19.296	19.330	19.353	19.371
3	10.128	9.552	9.277	9.117	9.013	8.941	8.887	8.845
4	7.709	6.994	6.591	6.388	6.256	6.163	6.094	6.041
5	6.608	5.786	5.409	5.192	5.050	4.950	4.876	4.818
6	5.987	5.143	4.757	4.534	4.387	4.284	4.207	4.147
50	4.034	3.183	2.790	2.557	2.400	2.286	2.199	2.130
51	4.030	3.179	2.786	2.553	2.397	2.283	2.195	2.126
52	4.027	3.175	2.783	2.550	2.393	2.279	2.192	2.122
53	4.023	3.172	2.779	2.546	2.389	2.275	2.188	2.119
54	4.020	3.168	2.776	2.543	2.386	2.272	2.185	2.115
55	4.016	3.165	2.773	2.540	2.383	2.269	2.181	2.112
56	4.013	3.162	2.769	2.537	2.380	2.266	2.178	2.109
57	4.010	3.159	2.766	2.534	2.377	2.263	2.175	2.106
58	4.007	3.156	2.764	2.531	2.374	2.260	2.172	2.103
59	4.004	3.153	2.761	2.528	2.371	2.257	2.169	2.100
60	4.001	3.150	2.758	2.525	2.368	2.254	2.167	2.097

Lampiran 6: Menyebar Kuesioner Kepada Responden (Sampel)



Lampiran 7 : Surat Izin Riset



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I Jalan Kualanaram 1 Medan Estate ☎ (061) 7360165, 7360875, 73604348 (061) 7360012 Medan 20223
 Kampus II Jalan Sebelah Nomor 79 Jalan Sei Selayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 (061) 8226331 Medan 20122
 Website: www.uma.ac.id E-Mail: umi_medanarea@uma.ac.id

2 November 2024

Nomor 4621/FEB/01.1/XI/2024
 Lamp -
 Perihal Izin Research / Survey

Kepada Yth,
**Pimpinan Perusahaan Umum Daerah
 Pasar (PUD Pasar) Kec. Medan Petisah**

Dengan hormat,

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

Nama : Arsandy Putera B
 NPM : 198320392
 Program Studi : Manajemen
 Judul : Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Dan Karakteristik Individu Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Di Pasar Tradisional Sei Sikambang Medan

Untuk diberi surat izin mengambil data pada kantor yang sedang Bapak / Ibu Pimpin selama satu bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu

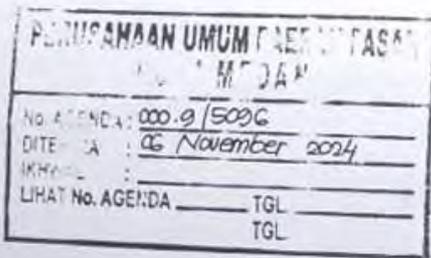
Dapat kami beritahukan bahwa Research / Survey ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian

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

An. Kaprodi
**KPPB Bidang Minat Bakat dan Inovasi
 Program Studi Manajemen**



Alifto, SE, M. Si



PERUSAHAAN UMUM DAERAH PASAR
 MEDAN
 No AGENDA: 000.9/5006
 DATE: 06 November 2024
 IKH: _____
 LIHAT No. AGENDA _____ TGL _____
 TGL _____



Lampiran 8: Surat Selesai Riset



PEMERINTAH KOTA MEDAN
PERUSAHAAN UMUM DAERAH PASAR
KOTA MEDAN

Jl. Razak Baru No. 1-A Pasar Petisah Lantai III Medan - 20212
 pud.pasarkotamedan | pudpasarkotamedan | @pdpasarmedan
 Email : pd.pasarkotamedan1@gmail.com



Medan, 20 Januari 2025

Nomor : 000.9/0310 / PUDPKM / 2025
 Hal : Izin Selesai Riset

Kepada Yth :
Kepala Bidang Minat Bakat dan
Inovasi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area
Di -
Medan

Dengan Hormat,

Bersama ini memberitahukan bahwa Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area :

No	N A M A	NIM	JURUSAN
1.	Arsandy Putera B	198320392	Manajemen

1. Adalah benar telah selesai melaksanakan Riset di PUD. Pasar Kota dengan Judul ” **Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Karakteristik Individu Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM di Pasar Tradisional Sei Sikambang Medan** ”.
2. Demikian disampaikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Plt. Direktur Utama
 Perusahaan Umum Daerah Pasar
 Kota Medan



Muhammad Abdul Hadi, SE

Tembusan :

1. Kabag Kepegawaian PUD. Pasar Kota Medan.
2. Peringgal.

