

**PENGARUH STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING DAN
MOTIVASI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA
PADA UMKM TIGA BINANGA KABUPATEN
TANAH KARO**

SKRIPSI

Oleh

**ERNALEM GURKI
198320360**



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

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

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

Document Accepted 2/9/25

Access From (repository.uma.ac.id)2/9/25

**PENGARUH STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING DAN
MOTIVASI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA
PADA UMKM TIGA BINANGA KABUPATEN
TANAH KARO**

SKRIPSI

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



OLEH :

**ERNALEM GURKI
198320360**

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

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

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

Document Accepted 2/9/25

Access From (repository.uma.ac.id)2/9/25

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Keunggulan Bersaing dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Tiga Binanga Kabupaten Tanah Karo
Nama : Ernalem Gurki
NPM : 198320360
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh:

Komisi Pembimbing

Pemanding


(Dr. Dabrul Siregar, SE, M.Si)
Pembimbing


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

Mengetahui :



(Ahmad Fauzan, BSA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA)
Dekan


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

Tanggal Lulus : 18 Maret 2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul “Pengaruh Strategi Keunggulan Bersaing dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Tiga Binanga Kabupaten Tanah Karo” Sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil 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 ketikan penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi lainnya dengan beraturan yang berlaku, apabila ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 18 Maret 2025



Ernalem Gurki
198320360

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Ernalem Gurki
NPM : 198320360
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 Strategi Keunggulan Bersaing dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Tiga Binanga Kabupaten Tanah Karo.

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 : 18 Maret 2025
Yang menyatakan,



Ernalem Gurki
198320360

RIWAYAT HIDUP

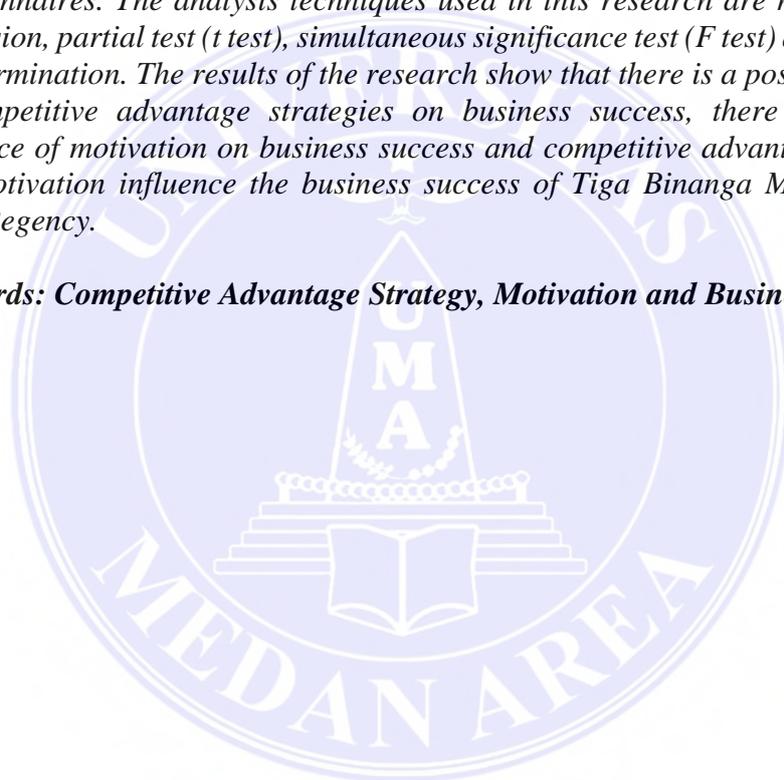


Nama	Ernalem Gurki
NPM	198320360
Tempat, Tanggal Lahir	Kuta Bangun, 18 April 2000
Nama Orang Tua :	
Ayah	Pelita Gurukinaya
Ibu	Riahta Sembiring
Riwayat Pendidikan :	
SMP	SMP Negeri 1 Tigabinanga
SMA/SMK	SMA Negeri 1 Tigabinanga
Riwayat Studi Di UMA	Manajemen
Pengalaman Kerja	
NO. HP/WA	082179936546
Email	ernalamgurki7@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the partial influence of competitive advantage strategies on business success, to determine the partial influence of motivation on business success and to determine the simultaneous influence of competitive advantage strategies and motivation on business success in Tiga Binanga MSMEs, Tanah Karo Regency. The population in this study were 121 Culinary Businesses registered as members of MSMEs until August 2023. The sample in the research was 55 MSMEs taken using the Slovin formula. The data collection technique used in this research was carried out by distributing questionnaires. The analysis techniques used in this research are multiple linear regression, partial test (t test), simultaneous significance test (F test) and coefficient of determination. The results of the research show that there is a positive influence of competitive advantage strategies on business success, there is a positive influence of motivation on business success and competitive advantage strategies and motivation influence the business success of Tiga Binanga MSMEs, Tanah Karo Regency.

Keywords: *Competitive Advantage Strategy, Motivation and Business Success.*



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial strategi keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha, untuk mengetahui pengaruh secara parsial motivasi terhadap keberhasilan usaha dan untuk mengetahui pengaruh secara simultan strategi keunggulan bersaing dan motivasi terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Tiga Binanga Kabupaten Tanah Karo. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota UMKM yang terdaftar sampai Agustus 2023 sebesar 121 Usaha Kuliner. Sampel dalam penelitian sebanyak 55 UMKM yang diambil dengan menggunakan rumus slovin. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda, uji parsial (Uji t), uji signifikansi simultan (Uji F) dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif strategi keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha, terdapat pengaruh positif motivasi terhadap keberhasilan usaha dan strategi keunggulan bersaing dan motivasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM Tiga Binanga Kabupaten Tanah Karo.

Kata Kunci : Strategi Keunggulan Bersaing, Motivasi dan Keberhasilan Usaha.

KATA PENGANTAR

Pertama-tama disampaikan rasa syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi merupakan salah satu persyaratan bagi setiap mahasiswa yang ingin menyelesaikan studinya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Sehubungan dengan itu, disusun skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Strategi Keunggulan Bersaing Dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Tiga Binanga Kabupaten Tanah Karo”**. Dengan selesainya skripsi ini, maka perkenankanlah saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang teristimewa kepada kedua orang tua saya, ayahanda Riahta br Sembiring dan ibunda Pelita Gurukinayan tiada henti-hentinya memberikan dukungan dan dorongan moril maupun materil kepada saya, selain itu juga berterima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area, atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan kepada kami untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan program sarjana ini.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA, MMgt., P.hD,CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Fitriani Tobing SE, M. Si selaku Ketua Jurusan/Program Studi Manajemen Universitas Medan Area
4. Bapak Dahrul Siregar SE, M. Si selaku dosen pembimbing yang dengan penuh perhatian telah memberikan dorongan, bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini selesai.

5. Ibu Wan Rizca Amelia SE, M. Si selaku Dosen Pembimbing dalam penelitian saya ini.
6. Ibu Riza Fanny Meutia SE, MM selaku Dosen Sekertaris dalam penelitian saya ini.
7. Bapak/Ibu dosen dan seluruh staf pengajar Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
8. Kepada Seluruh Pegawai Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Medan Area, semoga selalu sabar dalam mengarahkan mahasiswa/i menyelesaikan urusan selama mengikuti kuliah.
9. Bapak dan Ibu selaku UMKM Tiga Binanga Kabupaten Tanah Karo yang telah memberikan izin kesempatan untuk penulis melakukan penelitian dan wawancara guna penyusunan skripsi ini.

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

Terima Kasih.

Medan, 18 Maret 2025

**Hormat Saya
Penulis,**



Ernalem Gurki

DAFTAR ISI

	Halaman
PENGESAHAN	
PERNYATAAN	
ABSTRACT	<i>i</i>
ABSTRAK	<i>ii</i>
KATA PENGANTAR	<i>iii</i>
DAFTAR ISI	<i>v</i>
DAFTAR TABEL	<i>vii</i>
DAFTAR GAMBAR	<i>viii</i>
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	10
2.1.2 Keberhasilan Usaha	10
2.1.2.1 Pengertian Keberhasilan Usaha	11
2.1.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha.....	12
2.1.2.3 Kendala Mencapai Keberhasilan Usaha	13
2.1.2.4 Indikator Keberhasilan Usaha	14
2.1.3 Keunggulan Bersaing	14
2.1.3.1 Pengertian Keunggulan Bersaing.....	14
2.1.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing	16
2.1.3.3 Indikator Keunggulan Bersaing	17
2.1.4 Motivasi Berwirausaha.....	18
2.1.4.1 Pengertian Motivasi Berwirausaha	18
2.1.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Berwirausaha.....	19
2.1.4.3 Dimensi Motivasi Berwirausaha.....	21
2.1.4.4 Indikator Motivasi Berwirausaha.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Konseptual	24
2.4 Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
3.2 Populasi dan Sampel	29
3.3 Definisi Operasional Penelitian.....	30
3.4 Jenis dan Sumber Data	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data	31

3.6 Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Hasil Penelitian	41
4.1.1 Gambaran Umum Tiga Binanga	41
4.1.2 Deskripsi Data	42
4.1.3 Karakteristik Responden.....	42
4.1.4 Deskripsi Hasil Penelitian.....	44
4.1.5 Analisis Data.....	48
4.2 Pembahasan.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	64



DAFTAR TABEL

No.	Tabel	Halaman
1.1	Data Rekapitulasi Jumlah UKM Sektor Kuliner.....	..2
1.2	Hasil Pra-Survey Keberhasilan Usaha4
1.3	Hasil Pra-Survey Keunggulan Bersaing.....	..5
1.4	Hasil Pra-Survey Motivasi6
2.1	Penelitian Terdahulu23
3.1	Rincian Waktu Penelitian.....	..29
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	..30
3.3	Skala Likert32
3.4	Hasil Uji Validitas Instrumen Strategi Keunggulan Bersaing	33
3.5	Hasil Uji Validitas Instrumen Motivasi	34
3.6	Hasil Uji Validitas Instrumen Keberhasilan Usaha34
3.7	Ringkasan Pengujian.....	35
4.1	Skala Likert	42
4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	43
4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	44
4.5	Skor Angket untuk Variabel Strategi Keunggulan Bersaing	44
4.6	Skor Angket untuk Variabel Motivasi45
4.7	Skor Angket untuk Variabel Keberhasilan Usaha47
4.8	Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S).....	49
4.9	Uji Multikolinieritas.....	50
4.10	Regresi Linear Berganda.....	52
4.11	Uji t	53
4.12	Uji F	54
4.13	Koefisien Determinasi.....	55

DAFTAR GAMBAR

No.	Gambar	Halaman
2.1	Kerangka Konseptual	27
4.1	Grafik Histrogram	48
4.2	P-Plot.....	49
4.3	Uji Heterokedastisitas	51



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Keberhasilan usaha adalah suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya. Keberhasilan usaha merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan, dimana segala aktivitas yang ada di dalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. keberhasilan usaha menunjukkan suatu keadaan yang lebih baik/unggul dari pada masa sebelumnya. Keberhasilan usaha dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara ekonomis. Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapatkan laba, karena laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM yang secara terus menerus mengalami perkembangan, dan ditandai semakin banyaknya UMKM bermunculan dengan menawarkan berbagai macam produk yang beraneka ragam, serta kreatif. Dengan kondisi seperti ini bukan hal yang tidak mungkin bahwa UMKM menjadi prioritas utama untuk memenuhi kebutuhan pasar mengenai produk-produk baru yang belum bisa dihasilkan oleh perusahaan yang berskala besar, bagi satuan Usaha Mikro Kecil dan Menengah tidak hanya kondisi perusahaan saja yang menjadikan UMKM yang terus mengalami perkembangan melainkan kemampuan dan keunggulan dalam berkekrativitas yang di utamakan.

UMKM dapat memberikan kontribusi pada pendapatan daerah Sumatera Utara. Daerah Sumatera Utara juga memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi di Nasional, dengan semakin meningkatnya perekonomian Sumatera Utara yang di pengaruhi oleh bisnis kecil maupun menengah. Berikut ini data UMKM yang terdata di Provinsi Sumatera Utara tahun 2022:

Tabel 1.1
Data Rekapitulasi Jumlah UKM Sektor Kuliner
Provinsi Sumatera Utara 2022

Sektor Usaha	Jumlah UKM	Presentase (%)
Restauran	69800	24%
Cafe	110.990	39,6%
Warung	99,800	36,5 [^]
Jumlah	280,590	100%

Sumber : Dinas koperasi dan UMKM Provinsi Sumatera Utara 2022

Pada Tabel 1.1 Memberikan penjelasan terkait keberadaan kinerja organisasi di Provinsi Sumatera Utara yang sudah terdaftar sangat bervariasi. Sektor kinerja yang memiliki persentase terbesar adalah cafe 39,6 persen sedangkan persentase terkecilnya adalah restoran dengan 24 persen. Perkembangan kinerja organisasi diharapkan dapat mencapai keberhasilan yang tidak terlepas dari peran factor eksternal yang dikelola, sehingga kinerja dapat dikatakan baik.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kecamatan Tiga Binanga adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha pada sector ekonomi. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kecamatan Tiga Binanga telah mendapatkan perhatian besar oleh pemerintah. Karena Usaha Mikro Kecil dan menengah (UMKM) Kecamatan Tiga Binanga dapat lebih bertahan dengan adanya krisis global yang tidak menentu, Usaha Mikro Kecil dan Menengah dipandang sebagai usaha mandiri yang

dijalankan sebagian besar masyarakat Indonesia. Dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 telah disebutkan peraturan untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), dengan tujuan agar Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki payung hukum, agar Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki ruang yang lebih luas dalam mengembangkan usahanya. Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kecamatan Tiga Binanga merupakan sebuah indikator tingkat partisipasi dari masyarakat dalam berbagai sector kegiatan ekonomi. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kecamatan Tiga Binanga ini dijadikan sebagai katup pengaman dalam keadaan krisis ekonomi melalui mekanisme penciptaan kesempatan kerja. Pada umumnya, pembedaan antara usaha Mikro, usaha kecil, dan usaha menengah umumnya berdasarkan nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata pertahun atau jumlah pekerja tetap.

Pada survey awal, UMKM pada Kecamatan Tiga Binanga Bahwa UMKM Kecamatan Tiga Binanga, mengemukakan bahwa 10 orang wirausaha yang berhasil menjalankan usahanya membuka cafe yang menyediakan menu. Dengan sepuluh pertanyaan yang diajukan. Berdasarkan pra survey yang dilakukan terhadap beberapa anggota UMKM. seperti yang terlihat pada tabel hasil pra survey di bawah ini, yaitu:

Tabel 1.2
Hasil Pra-Survey Keberhasilan Usaha Pada Anggota
UMKM Kecamatan Tiga Binanga

No	Pertanyaan	Ya		Tidak	
		Orang	%	Orang	%
1	Apakah para anggota memiliki modal yang cukup untuk usaha?	4	40	6	60
2	Apakah hasil yang didapat dalam penjualan sudah sesuai target?	6	60	4	40
3	Apakah volume penjualannya meningkat setiap bulannya?	6	60	4	40
4	Apakah produksinya selalu baik?	4	40	6	60
5	Apakah memiliki tenaga kerja yang cukup?	8	80	2	20
Rata-Rata		28	56	22	44

Sumber: Hasil prasurvey Tahun 2023

Dari survey awal yang dilakukan terhadap keberhasilan usaha pada sepuluh orang anggota UMKM Kecamatan Tiga Binanga, ada beberapa anggota yang merasa keberhasilan usaha yang diterima anggota masih kurang, terbukti dari beberapa pertanyaan yang diajukan ada 44% responden yang tidak setuju atas pertanyaan berkaitan keberhasilan usaha yang diajukan.. Hal tersebut disebabkan adanya fenomena yang ditemukan berdasarkan pertanyaan di atas antara lain masih ada diantara anggota yang kurang memiliki modal yang cukup, penjualan yang belum mencapai target serta volume penjualan yang belum stabil.

Ada beberapa hal yang dapat meningkatkan keberhasilan suatu usaha, salah satunya dapat dilihat dari strategi keunggulan bersaing, dimana dimana keunggulan bersaing merupakan strategi keuntungan dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk berkompetisi lebih efektif dalam pasar. Perusahaan mengalami keunggulan bersaing ketika tindakan-tindakan dalam suatu industri atau pasar menciptakan nilai ekonomi dan ketika beberapa perusahaan yang bersaing terlibat dalam tindakan serupa. Keunggulan bersaing dianggap sebagai keuntungan dibanding kompetitor yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih pada

konsumen dibanding penawaran kompetitor (Kotler & Keller, 2016). Keunggulan bersaing diharapkan mampu untuk mencapai laba sesuai rencana, meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta melanjutkan kelangsungan hidup suatu usaha (Saiman, 2017).

Berdasarkan pra survey yang dilakukan terhadap beberapa anggota UMKM. Terhadap strategi keunggulan bersaing seperti yang terlihat pada tabel hasil pra survey di bawah ini, yaitu:

Tabel 1.3
Hasil Pra-Survey Keunggulan Bersaing Pada Anggota
UMKM Kecamatan Tiga Binanga

No	Pertanyaan	Ya		Tidak	
		Orang	%	Orang	%
1	Apakah para anggota cukup mempunyai biaya rendah untuk memuat usaha di UMKM?	4	40	6	60
2	Apakah dengan biaya yang relative rendah mampu unggul dalam bersaing ?	7	70	3	30
3	Apakah untuk unggul diperlukan perbedaan produk yang dijual?	6	60	4	40
4	Apakah produk bisa diandalkan ?	8	80	2	20
5	Apakah memiliki harga yang relatif ekonomis?	10	100	0	0
Rata-Rata		35	70	30	44

Sumber: Hasil prasurvey Tahun 2023

Dari survey awal yang dilakukan oleh Penulis terhadap keunggulan bersaing pada sepuluh orang anggota UMKM Kecamatan Tiga Binanga, ada beberapa anggota yang merasa keunggulan bersaing yang diterima anggota masih kurang, terbukti dari beberapa pertanyaan yang diajukan ada 30% responden yang tidak setuju atas pertanyaan berkaitan keunggulan bersaing yang dimiliki. Terbukti masih ada anggota UMKM yang merasa belum cukup mempunyai biaya rendah untuk membuat usaha di UMKM. Kemudian ada anggota yang merasa dengan biaya yang relative rendah belum mampu unggul dalam bersaing

Selain dari strategi keunggulan bersaing, motivasi juga dapat mempengaruhi keberhasilan usaha, dimana motivasi merupakan keadaan yang terdapat dalam diri seseorang untuk melakukan aktivitas tertentu guna pencapaian suatu tujuan. Jika dia melakukan suatu kegiatan, ia akan merasa senang, oleh karena itu dapat dikatakan bahwa antara kebutuhan, perbuatan, tujuan berlangsung karena ada dorongan atau motivasi. Dengan artian motivasi merupakan proses psikologis yang mendasar, dan merupakan salah satu unsur yang dapat menjelaskan perilaku seseorang (Sari, 2021).

Motivasi merupakan salah satu faktor yang dapat dijadikan sebagai penentu dalam pencapaian tujuan. Keberanian seseorang untuk mendirikan usaha sendiri (wirausaha) sering kali terdorong oleh motivasi pribadi sehingga dapat membangkitkan minat untuk mulai mencoba berwirausaha hingga mencapai keberhasilan usaha tersebut (Sari, 2021) Berdasarkan pra survey yang dilakukan terhadap beberapa anggota UMKM. Terhadap strategi motivasi seperti yang terlihat pada tabel hasil pra survey di bawah ini, yaitu:

Tabel 1.4
Hasil Pra-Survey Motivasi Pada Anggota
UMKM Kecamatan Tiga Binanga

No	Pertanyaan	Ya		Tidak	
		Orang	%	Orang	%
1	Apakah memiliki tanggung jawab pribadi yang tinggi terhadap pekerjaannya?	4	40	6	60
2	Apakah melakukan sesuatu/pekerjaan dengan sebaik-baiknya?	7	70	3	30
3	Apakah Keinginan mendapatkan upah yang adil sesuai dengan pekerjaan?	6	60	4	40
4	Apakah keinginan mendapatkan keberhasilan lebih tinggi dari biasanya?	8	80	2	20
5	Apakah memiliki keinginan untuk belajar menguasai pekerjaannya di bidangnya?	10	100	0	0
Rata-Rata		35	70	30	44

Sumber: Hasil prasurvey Tahun 2023

Dari survey awal yang dilakukan oleh Penulis terhadap motivasi pada sepuluh orang anggota UMKM Kecamatan Tiga Binanga, ada beberapa anggota yang merasa motivasi anggota masih kurang, terbukti dari beberapa pertanyaan yang diajukan ada 30% responden yang tidak setuju atas pertanyaan berkaitan motivasi yang dimiliki. Terbukti masih ada anggota UMKM yang merasa belum cukup memiliki tanggung jawab pribadi yang tinggi terhadap pekerjaannya. Kemudian ada dalam anggota yang merasa belum melakukan sesuatu/pekerjaan dengan sebaik-baiknya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Strategi Keunggulan Bersaing Dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Tiga Binanga Kabupaten Tanah Karo”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat dijelaskan bahwa dengan adanya strategi keunggulan bersaing dan motivasi yang dapat memicu terjadinya keberhasilan usaha. Artinya dengan adanya ategi keunggulan bersaing dan motivasi maka dapat mempermudah bagi UMKM di Kota Medan dalam meningkatkan keberhasilan usahanya.

1.3 Pertanyaan Penelitian

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

1. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan strategi keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Tiga Binanga Kabupaten Tanah Karo?
2. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan motivasi terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Tiga Binanga Kabupaten Tanah Karo?
3. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan strategi keunggulan bersaing dan motivasi terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Tiga Binanga Kabupaten Tanah Karo?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh positif dan signifikan strategi keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Tiga Binanga Kabupaten Tanah Karo
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh positif dan signifikan motivasi terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Tiga Binanga Kabupaten Tanah Karo.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh positif dan signifikan strategi keunggulan bersaing dan motivasi terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Tiga Binanga Kabupaten Tanah Karo.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat bagi Peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan sumber ilmu atau konsep untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan dibidang kewirausahaan.

2. Manfaat bagi UMKM

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan masukan dan tambahan informasi yang dapat dipertimbangkan perusahaan sehingga dapat digunakan dalam kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan Keunggulan Bersaing, Motivasi dan Keberhasilan Usaha.

3. Manfaat bagi Universitas

Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan referensi yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan Keunggulan Bersaing, Motivasi dan Keberhasilan Usaha.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM merupakan suatu usaha yang hanya memiliki ruang lingkup pasar yang kecil, tenaga kerja yang sedikit, dan dikelola sendiri oleh pemilik usaha (Simmons, Armstrong, & Durkin, 2008). Menurut Bank Dunia, UMKM merupakan suatu bisnis yang memenuhi dua dari tiga kriteria yaitu kekuatan karyawan, ukuran aset atau penjualan tahunan (Das & Saikia, 2016). Dalam Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah membagi UMKM menjadi beberapa kriteria, yaitu (Indonesia, 2008):

1. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

2.1.2 Keberhasilan Usaha

2.1.2.1 Pengertian Keberhasilan Usaha

Menurut (Suryana, 2017) keberhasilan usaha merupakan sebuah usaha yang dapat mencapai tujuan dalam bisnisnya, selain itu sebuah perusahaan yang segala didalam aktivitas merujuk untuk mencapai suatu keberhasilan. Menurut (Yuseima & Zulfikar, 2018) Keberhasilan perusahaan dalam menjaga kelangsungan usahanya penjualan produk terletak pada kemampuannya untuk mengubah pola pikir dan sifat inovatif pemiliknya terkait kemampuan mereka untuk menyampaikan nilai bagi pelanggan.

Menurut (Minds, 2012) Keberhasilan usaha adalah yang menghasilkan pengembalian yang dapat diterima dari aset yang digunakan. Ini adalah apa yang diposisikan untuk terus berjalan dengan baik tanpa tergantung pada pemiliknya. Menurut (Svetlana, 2018) Keberhasilan usaha artinya pencapaian suatu tindakan

dalam periode waktu tertentu atau dalam parameter yang ditentukan, atau dapat juga berarti menyelesaikan suatu tujuan atau mencapai suatu tujuan. Menurut (Yuseima & Zulfikar, 2018) keberhasilan usaha dapat dicapai jika kinerja pemasaran berjalan dengan baik sejalan dengan promosi besar-besaran disertai dengan target pasar yang jelas, maka keberhasilan usaha dapat dicapai.

Dengan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa keberhasilan usaha ialah pencapaian dalam usaha yang dapat mencapai tujuan dari suatu usahanya yang menggambarkan dari posisi usahanya dapat berada lebih baik daripada yang ada di sekelasnya dan dapat mengembalikan aset yang telah digunakan.

2.1.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha

Menurut (Hendro, 2017) faktor-faktor yang mendorong Keberhasilan Usaha sebagai berikut :

1. Faktor Peluang Sebagai wirausaha harus membuat dan menemukan strategi yang tepat untuk usahanya.
2. Faktor SDM Melakukan pelaksanaan sesuai dengan perencanaan dan tepat, mengawasi suatu kegiatan sesuai dengan perencanaan dan target.
3. Faktor Keuangan Pengendalian biaya dan anggaran, pencairan dan modal kerja, dana investasi, perencanaan dan penetapan harga produk, perhitungan risiko keuangan sehingga dapat dikendalikan dengan baik.
4. Faktor Organisasi Organisasi tidak statis tetapi dinamis, kreatif dan berwawasan kedepan.
5. Faktor Perencanaan Perencanaan visi, misi, strategi jangka panjang dan pendek, perencanaan produk, perencanaan pemasaran, perencanaan jumlah

produk, perencanaan pendistribusian produk, perencanaan informasi teknologi.

6. Faktor Pengelolaan Usaha Quality : mutu produk, mutu operasional, mutu pelayanan Time : waktu penyelesaian produk, waktu, pekerjaan. Cost : mutu yang bagus juga memerlukan biaya yang tinggi belum tentu menghasilkan mutu yang baik.
7. Faktor Pemasaran dan Penjualan Ini merupakan hal yang sangat penting untuk menjalankan suatu usaha
8. Faktor Administrasi Pencatatan, dokumentasi dan pengumpulan serta pengelompokan data administrasi, agar mendapatkan strategi, taktik yang akan dilakukan agar sesuai situasi dan kondisi.
9. Faktor Peraturan Pemerintah Peraturan pemerintah daerah seperti pajak, retribusi, pendapatan daerah dan lain-lain.
10. Catatan Bisnis Catatan bisnis dapat membantu dalam mengetahui sejauh mana seseorang atau kelompok dalam menjalankan usaha.

2.1.2.3 Kendala Mencapai Keberhasilan Usaha

Beberapa kendala dalam mencapai keberhasilan usaha pada usaha kecil dan menengah menurut (Yuseima & Zulfikar, 2018) yaitu :

1. Kurangnya Modal
2. Kesulitan Pemasaran
3. Struktur Organisasi Sederhana Dengan Divisi Non-Standar Tenaga Kerja
4. Manajemen Kualitas Rendah
5. Manusia Terbatas Sumber Daya

6. Kualitas Rendah
7. Kekurangan Finansial Pernyataan
8. Aspek Hukum Yang Lemah
9. Kualitas Rendah Teknologi

2.1.2.4 Indikator Keberhasilan Usaha

Menurut (Suryana, 2017) indikator dalam tercapainya keberhasilan usaha sebagai berikut :

1. Volume penjualan adalah total penjualan yang didapat dari komoditas yang diperdagangkan dalam suatu masa tertentu.
2. Keuntungan adalah selisih dari pendapatan di atas biaya-biayanya dalam jangka waktu (periode) tertentu.
3. Pendapatan adalah arus masuk atau kenaikan pada nilai harga satuan usaha atau penghentian hutang-hutang atau kombinasi dari keduanya dalam satu periode yang diperoleh dari penyerahan/produksi barangbarang, penyerahan jasa dan pelaksanaan aktivitas ekonomi lainnya.
4. Pertumbuhan tenaga kerja adalah suatu kondisi dimana adanya penambahan tenaga kerja disuatu perusahaan disebabkan oleh pemenuhan kebutuhan yang diperlukan suatu perusahaan.

2.1.3 Keunggulan Bersaing

2.1.3.1 Pengertian Keunggulan Bersaing

Menurut Wang, keunggulan bersaing merupakan kemampuan perusahaan menawarkan manfaat (*benefit*) yang berbeda dengan pesaing. *Dogre* dan *Vikrey* menyatakan bahwa pada dasarnya pengertian keunggulan bersaing memiliki dua

arti yang berbeda tetapi saling berhubungan. Pengertian pertama menekankan pada *superior* (keunggulan) dalam hal keunggulan sumber daya dan keahlian yang dimiliki perusahaan. Menurut (Hajar & Sukaatmadja, 2016) Keunggulan bersaing adalah strategi untuk menjadi lebih unggul dari pesaing.

Pengertian keunggulan bersaing (*competitive advantage*) menurut Michael Porter dalam (Aprizal, 2018) adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. Perusahaan yang memiliki keuntungan bersaing senantiasa memiliki kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yang efektif.

Keunggulan bersaing menurut Peter Senge dalam (Darmanto & Wardaya, 2016) yaitu keunggulan bersaing yang terus bertahan, artinya kemampuan organisasi untuk belajar lebih cepat dari pada pesaingnya. Keunggulan bersaing menurut Saytagraha dalam (Aprizal, 2018) dipandang sebagai kemampuan suatu badan usaha memberikan nilai lebih pada produknya disbanding pesaingnya dan nilai tersebut mendatangkan manfaat bagi pelanggan. Keunggulan bersaing merupakan posisi unik yang dikembangkan perusahaan dalam menghadapi para pesaing, dan mungkin perusahaan dapat mengungguli mereka secara konsisten (Sunnyoto, 2016)

Berdasarkan definisi diatas maka penulis menyatakan bahwa yang dimaksud dengan keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk mengoptimalkan semua sumber daya yang dimilikinya guna memproduksi produk

yang lebih baik dari pesaing dalam segala hal sehingga konsumen merasa puas dan pangsa pasar perusahaan semakin luas.

2.1.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing

Daya saing yang diperebutkan oleh setiap perusahaan yang mencari keuntungan tidak semata – mata dilakukan dan dikejar, namun juga ada beberapa faktor yang mempengaruhi daya saing tersebut menurut para ahli, diantaranya : Menurut (Tambunan, 2016), Daya saing dari perusahaan ditentukan oleh banyak faktor, tujuh diantaranya yang sangat penting diantaranya:

1. Keahlian atau tingkat pendidikan pekerja
2. Keahlian pengusaha
3. Ketersediaan modal
4. Sistem organisasi dan manajemen yang baik
5. Ketersediaan teknologi
6. Ketersediaan informasi
7. Ketersediaan input – input lainnya seperti energi, dan bahan baku

Menurut (Jati, 2014) ada tiga faktor yang dibutuhkan untuk menciptakan suatu keunggulan bersaing yang dapat di pertahankan, yaitu :

1. Dasar Persaingan (*Basic of competition*) Strategi harus didasarkan pada seperangkat asset, skill, dan kemampuan. Ketiga hal tersebut akan mendukung strategi yang sedang dijalankan sehingga turut mempertahankan keunggulan.
2. Di pasar mana perusahaan bersaing (*where you compete*) Penting bagi perusahaan untuk memilih pasar sasaran yang sesuai dengan strategi yang

dijalankan, sehingga asset, skill dan kemampuan dapat mendukung strategi dalam memberikan sesuatu yang bernilai bagi pasar.

3. Dengan siapa perusahaan bersaing (*who you compete against*) Perusahaan juga harus mampu mengidentifikasi pesaingnya, apakah pesaing tersebut lemah, sedang atau kuat.

2.1.3.3 Indikator Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi benefit dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasarnya. Menurut (Hajar & Sukaatmadja, 2016) terdapat 5 indikator, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Harga bersaing, adalah harga jual eceran yang rendah, baik sedikit atau banyak, dibandingkan harga jual eceran dari rata-rata pesaing.
2. Eksplorasi peluang, adalah mengidentifikasi peluang dengan cara-cara yang baru untuk mengembangkan sumber daya yang ada.
3. Pertahanan ancaman bersaing, adalah kemampuan perusahaan untuk bertahan dari ancaman bersaing untuk keberlangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan.
4. Fleksibilitas, adalah sebuah konsep untuk segera menanggapi perubahan lingkungan.
5. Hubungan pelanggan, adalah hubungan untuk mengetahui kebutuhan pelanggan lebih baik dari pesaing dengan harapan pelanggan loyal.

Menurut (Setiawan, 2012) Pembelian produk akan terjadi jika pelanggan menganggap harga produk sesuai dengan nilai yang ditawarkannya. Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur keunggulan bersaing adalah:

1. Keunikan produk

Keunikan yang dimiliki oleh produk yang dihasilkan perusahaan sehingga membedakannya dari produk pesaing atau produk umum di pasaran. Sebagai sebuah terobosan yang dihasilkan perusahaan dalam menuangkan hasil ide-ide atau gagasan sehingga menciptakan sesuatu yang berbeda atau unik dari yang lain (pesaing) sehingga mampu memiliki daya tarik bagi pelanggan.

2. Kualitas produk

Kualitas dari suatu produk yang berhasil diciptakan oleh perusahaan. Pintar dalam memilih bahan baku yang bermutu tinggi, sehingga menghasilkan produk yang berkualitas atau lebih dibandingkan pesaing.

3. Harga bersaing

Harga bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk dengan harga yang mampu bersaing di pasaran. Dengan terciptanya suatu produk yang unik dan berkualitas, perusahaan harus bisa menyelesaikan harga supaya harga tersebut sesuai dengan daya beli pelanggan (terjangkau) dalam kata lain tidak membebankan pelanggan.

2.1.4 Motivasi Berwirausaha

2.1.4.1 Pengertian Motivasi Berwirausaha

Motivasi berasal dari kata motif yang dapat diartikan sebagai sebab-sebab yang menjadi dorongan tindakan seseorang. Dari pengertian motif tersebut dapat

diturunkan pengertian motivasi sebagai sesuatu yang pokok yang menjadi dorongan seseorang untuk bekerja. Menurut (Iffan, 2018) Motivasi wirausaha dan niat wirausaha adalah penentu utama faktor kesuksesan dalam kesuksesan kewirausahaan.

Menurut (Basrowi, 2016) dalam mengungkap mengenai motivasi, yaitu : Motivasi dipandang sebagai dorongan mental yang menggerakkan dan mengarahkan perilaku manusia atas dasar kebutuhan. Dalam motivasi, terkandung adanya keinginan yang mengaktifkan, menggerakkan, menyalurkan dan mengarahkan sikap dan perilaku individu. Menurut (Rusdiana, 2014) motivasi usaha yaitu kekuatan atau semangat yang membangun seorang pelaku usaha untuk terus mengembangkan usahanya.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa motivasi usaha dapat dimaknai sebagai suatu rangsangan yang dapat mendorong seseorang untuk melakukan usaha yang dilakukan dengan penuh semangat, kreatif, inovatif serta berani mengambil risiko dalam rangka memperoleh keuntungan, baik berupa uang (laba) maupun kepuasan diri.

2.1.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Berwirausaha

Menurut Smith dalam (Rissa, 2018) ada beberapa faktor pendorong motivasi berwirausaha, antar lain:

1. Intelegensia

Intelegensia merupakan kemampuan individu untuk secara sadar menyesuaikan pemikirannya dengan tuntutan baru, yaitu kemampuan untuk secara mental beradaptasi dengan masalah dan hal baru.

2. Latar Belakang budaya

Manusia tidak akan lepas dari lingkungan sekitar, sehingga secara tidak langsung tingkah laku mereka dibatasi oleh norma atau nilai budaya setempat. Lingkungan sekitar yang dimaksud adalah keadaan alam, lingkungan tempat tinggal, pergaulan sebaya, dan kehidupan kemasyarakatan.

3. Jenis Kelamin

Faktor lingkungan, baik antarpribadi maupun budaya, akan mengidentifikasi dan mengubah perbedaan antara sikap dan perilaku anak laki-laki dan anak perempuan.

4. Tingkat Pendidikan

Semakin tinggi tingkat pendidikan, semakin luas wawasannya dan semakin mudah penyesuaiannya terhadap pengembangan pribadi, maupun motivasi untuk berwirausaha.

5. Usia

Kepribadian manusia itu dinamis dan berkembang sesuai dengan pertambahan usianya..

Menurut (Rusdiana, 2014) faktor-faktor yang dinilai mempengaruhi motivasi berwirausaha antara lain adalah:

1. Rasa percaya diri
2. Inovatif
3. Memiliki jiwa kepemimpinan
4. Efektif dan efisien, serta
5. Berorientasi masa depan.

2.1.4.3 Dimensi Motivasi Berwirausaha

Adapun dimensi dalam motivasi berwirausaha menurut (Suryana, 2017) yaitu :

1. Dimensi Keuangan, dimana seorang individu akan berusaha untuk menciptakan kesejahteraan dalam hidupnya yang ditandai dengan kepemilikan keuangan dengan cara berwirausaha, sehingga mendapatkan pendapatan yang stabil bahkan berlebih dalam hidupnya.
2. Dimensi Sosial ,dimana ada faktor percaya diri yang tinggi dalam motivasi berwirausaha dari seorang individu, sehingga seorang wirausahawan selalu memiliki tingkat status yang lebih tinggi.
3. Dimensi Pelayanan, dimana seorang wirausahawan selalu memiliki motivasi untuk menjadi seorang yang menciptakan pekerjaan bagi orang lain, dan bukan sebagai pencari kerja, sehingga dapat menciptakan dan meningkatkan tingkat perekonomian yang tinggi baik di keluarga maupun kerabat di daerahnya.
4. Dimensi Pemenuhan Diri, dimana dalam pemenuhan diri ini, seorang wirausahawan berusaha untuk selalu mandiri dalam setiap kegiatan usahanya dan sngat tidak ingin tergantung pada orang lain, karena itulah esensi dari pemenuhan diri dari seorang pelaku wirausaha.

2.1.4.4 Indikator Motivasi Berwirausaha

Menurut (Suryana, 2017) menjelaskan bahwa motivasi seseorang menjadi wirausaha, yaitu:

1. Penuh percaya diri

2. Memiliki inisiatif
3. Memiliki motif berprestasi
4. Memiliki jiwa kepemimpinan
5. Berani mengambil risiko

Indikator dari Motivasi Berwirausaha dikemukakan (Alma, 2016) dan Mc.

Clelland, yaitu:

1. Percaya diri

Percaya diri adalah meyakinkan pada kemampuan dan penilaian diri sendiri dalam melakukan tugas dan memilih pendekatan yang efektif.

2. Berorientasikan tugas dan hasil

Berorientasi pada tugas dan hasil adalah harus memiliki sikap tanggung jawab pada tugas-tugas yang dibebankan kepada mereka sebagai seorang pengusaha. Ia juga harus bertanggung jawab pada hasil/output dari tugas yang sudah dibebankan kepada mereka.

3. Pengambil resiko

Resiko dapat ditafsirkan sebagai suatu bentuk ketidakpastian tentang suatu keadaan yang akan terjadi nantinya (future) dengan keputusan yang diambil berdasarkan berbagai pertimbangan saat ini.

4. Kemampuan memimpin

Kemampuan memimpin adalah kemampuan seseorang untuk mempengaruhi dan mengarahkan orang secara efektif dan efisien dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

5. Keorisinilan

Keorisinilan adalah kemampuan untuk berpikir dan bertindak secara leluasa dan kualitas untuk menjadi sesuatu yang baru

6. Berorientasi ke masa depan

Orientasi masa depan adalah upayaantisipasi terhadap masa depan yang menjanjikan.

2.2 Penelitian Terdahulu

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

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	(Frans, Dahmiri, & Indrawijaya, 2020)	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Rumah Makan Dendeng Batokok Di Provinsi Jambi	Hasil dari penelitian menunjukkan, bahwa (1) orientasi kewirausahaan (X1) dan keunggulan bersaing (X2) berpengaruh positif dan signifikan bersama-sama terhadap keberhasilan usaha (Y) rumah makan dendeng batokok di provinsi jambi. (2) keunggulan bersaing merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan dendeng batokok di provinsi jambi
2.	(Frans et al., 2020)	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Rumah Makan Dendeng Batokok Di Provinsi Jambi	Hasil dari penelitian menunjukkan, bahwa (1) orientasi kewirausahaan (X1) dan keunggulan bersaing (X2) berpengaruh positif dan signifikan bersama-sama terhadap keberhasilan usaha (Y) rumah makan dendeng batokok di provinsi jambi. (2) keunggulan bersaing merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan dendeng batokok di provinsi jambi
3.	(Wijaya & Handoyo, 2023),	Pengaruh Media Sosial, Kreativitas, Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kuliner Jakarta Utara	Hasil penelitian ini menemukan adanya pengaruh yang negatif dan tidak signifikan media sosial terhadap keberhasilan usaha, kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, motivasi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha

4.	(Fatmasari, Irmayana, Dwiyanti, & Patricia, 2023)	Pengaruh Kreativitas, Inovasi Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kreativitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pelaku UMKM (2) inovasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pelaku UMKM; (3) Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pelaku UMKM (4) Kreativitas, inovasi produk dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keberhasilan usaha pelaku UMKM.
5.	(Amelia, Wirastomo, & Satpatmantya, 2023)	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Serta Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Depot Air Minum Isi Ulang (Studi Kasus Pada UMKM Depot Air Minum Isi Ulang Di Cikarang Pusat)	Berdasarkan hasil pengujian, pengolahan, dan analisis data yang dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, serta keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha, pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha, pengaruh inovasi produk terhadap keberhasilan usaha, pengaruh keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha dan pengaruh secara simultan orientasi kewirausahaan, inovasi produk serta keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha. Pengujian hipotesis ini menggunakan software SmartPLS4.0
6.	(Mulyana & Safina, 2022)	Pengaruh Karakter Wirausaha Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Wirausaha Pada UMKM Sapu Ijuk Desa Medan Senembah Tanjung Morawa	Hasil ini menunjukkan bahwa secara parsial karakter wirausaha dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan wirausaha pada UMKM sapu ijuk, selain itu hasil uji F diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($16,438 > 3,295$) dengan tingkat probabilitas ($0,01 < 0,05$)

2.3 Kerangka Konseptual

2.3.1 Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Usaha

Persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Dengan adanya persaingan, maka usaha dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik yang berasal dari luar maupun dari dalam negeri. Untuk itu setiap usaha dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang menjadi keinginan maupun kemauan konsumen, serta berbagai

perubahan yang ada di lingkungan bisnisnya sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Banyak sekali jalan menuju kesuksesan salah satu diantaranya dengan membuat sebuah cikal bakal bisnis yang diharapkan mampu mengembangkan daya kreativitas dan inovasi. Hal ini sangat membutuhkan keberanian yang luar biasa. Bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat (Frans et al., 2020).

Keunggulan bersaing merupakan strategi keuntungan dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk berkompetisi lebih efektif dalam pasar. Perusahaan mengalami keunggulan bersaing ketika tindakan-tindakan dalam suatu industri atau pasar menciptakan nilai ekonomi dan ketika beberapa perusahaan yang bersaing terlibat dalam tindakan serupa. Keunggulan bersaing dianggap sebagai keuntungan dibanding kompetitor yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih padakonsumen dibanding penawaran kompetitor (Kotler & Keller, 2016). Keunggulan bersaing diharapkan mampu untuk mencapai laba sesuai rencana, meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta melanjutkan kelangsungan hidup suatu usaha (Saiman, 2017).

Hasil penelitian (Frans et al., 2020) yang menyatakan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

2. Pengaruh Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha UMKM

Motivasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha karena motivasi utama seseorang untuk menjadi seorang entrepreneur adalah *be their own bosses*. Motivasi sebagai suatu kerelaan untuk berusaha

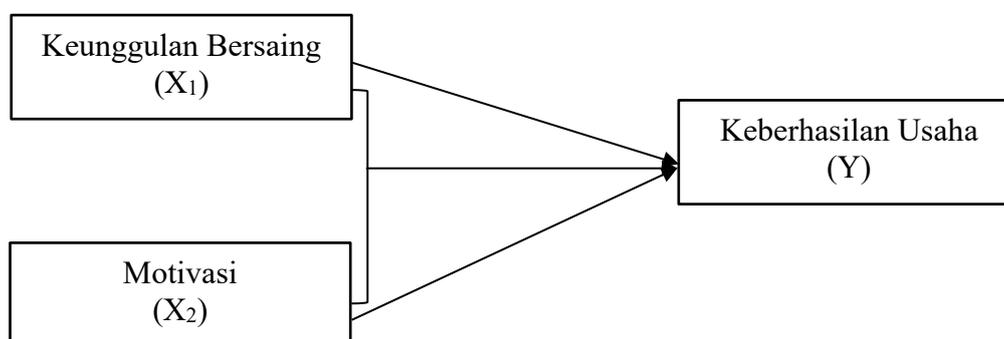
seoptimal mungkin dalam mencapai tujuan organisasi yang dipengaruhi oleh kemampuan usaha untuk memuaskan beberapa kebutuhan individu (Robbins, 2018).

Motivasi berkaitan dengan sejauhmana komitmen seseorang terhadap pekerjaannya dalam rangka mencapai tujuan usaha. Jika dalam menjalankan suatu usaha atau pekerjaan dengan motivasi yang rendah seseorang tidak akan memiliki komitmen dalam menjalankan usaha atau pekerjaannya yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha.

Menurut (Susanti & Ermawati, 2016) Motivasi berwirausaha mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha.

2.3.2 Pengaruh Keunggulan Bersaing dan Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha adalah permodalan sudah terpenuhi, penyaluran yang produktif dan tercapainya tujuan organisasi. Keberhasilan usaha dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara ekonomis. Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapatkan laba, karena laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis. Berdasarkan latar belakang masalah dan tinjauan teoritis yang telah diuraikan maka kerangka konseptual dari penelitian ini dapat dilihat pada di bawah ini :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis Penelitian

1. Ada pengaruh secara parsial strategi keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Tiga Binanga Kabupaten Tanah Karo
2. Ada pengaruh secara parsial motivasi terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Tiga Binanga Kabupaten Tanah Karo
3. Ada pengaruh secara simultan strategi keunggulan bersaing dan motivasi terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Tiga Binanga Kabupaten Tanah Karo.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif yaitu penelitian untuk mengetahui hubungan antara dua variabel (atau lebih) tersebut. Di mana hubungan antara variabel dalam penelitian akan dianalisis dengan menggunakan ukuran-ukuran statistika yang relevan atas data tersebut untuk menguji hipotesis. Penelitian asosiatif menurut (Sugiyono, 2019) merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.”

3.1.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada UMKM Tiga Binanga Kabupaten Tanah Karo Jl Kapten Bangsi Sembiring No;221 Kecamatan Tiga Binanga Kabupaten Tanah Karo

3.1.3 Waktu Penelitian

Penelitian direncanakan di UMKM Tiga Binanga Kabupaten Tanah Karo Jl Kapten Bangsi Sembiring No;221 Kecamatan Tiga Binanga Kabupaten Tanah Karo yang akan dilaksanakan dari bulan Agustus 2024 sampai Januari 2024, yang dapat dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1
Rincian Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Agus				Sept				Okt				Nov				Des				Jan	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1	Proses Pengajuan Judul			■	■																		
2	Penulisan Proposal					■	■	■	■														
3	Bimbingan Proposal							■	■	■	■	■	■										
4	Acc Proposal													■									
5	Seminar													■	■								
6	Bimbingan Skripsi															■	■	■	■	■	■		
7	Acc Skripsi																					■	■
8	Sidang Meja Hijau																						■

3.2 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2019) populasi adalah Wilayah Generalisasi terdiri objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah anggota UMKM yang terdaftar sampai Agustus 2023 sebesar 121 Usaha Kuliner

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil dari sebagian data yang dianggap telah dapat mewakili seluruh populasi. Menurut (Sugiyono, 2016) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel ini menggunakan *non-probability* tepatnya *purposive sampling*. (Sugiyono, 2019) menyatakan bahwa *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Berdasarkan data populasi yang ada, maka untuk menghitung besarnya sampel digunakan rumus *Slovin* dengan presisi 10% dengan tingkat kepercayaan 90%, (Sugiyono, 2019) sebagai berikut :

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

ket :

n = Besarnya sampel
N = Besarnya populasi
d² = Presisi

Berdasarkan rumus *Slovin*, maka banyaknya sampel yang diambil sebagai bahan penelitian adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{121}{121 * 0,1^2 + 1}$$

$$n = \frac{121}{2,21}$$

$$n = 54,7$$

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 55 UMKM Usaha Kuliner Tiga Binanga Kabupaten Tanah Karo

3.3 Definisi Operasional Penelitian

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

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Keberhasilan Usaha (Y)	Keberhasilan usaha ialah pencapaian dalam usaha yang dapat mencapai tujuan dari suatu usahanya yang menggambarkan dari posisi usahanya dapat berada lebih baik daripada yang ada di sekelasnya dan dapat mengembalikan aset yang telah digunakan	1. Volume penjualan. 2. Keuntungan. 3. Pendapatan 4. Pertumbuhan tenaga kerja. (Suryana, 2017)	Likert
Keunggulan Bersaing (X _i)	Keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk mengoptimalkan semua sumber daya yang dimilikinya guna	1. Keunikan produk 2. Kualitas produk 3. Harga bersaing (Setiawan, 2012)	Likert

	memproduksi produk yang lebih baik dari pesaing dalam segala hal sehingga konsumen merasa puas dan pangsa pasar perusahaan semakin luas		
Motivasi Usaha (X ₂)	Motivasi usaha dapat dimaknai sebagai suatu rangsangan yang dapat mendorong seseorang untuk melakukan usaha yang dilakukan dengan penuh semangat, kreatif, inovatif serta berani mengambil risiko dalam rangka memperoleh keuntungan, baik berupa uang (laba) maupun kepuasan diri	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penuh percaya diri 2. Memiliki inisiatif 3. Memiliki motif berprestasi 4. Memiliki jiwa kepemimpinan 5. Berani mengambil risiko (Suryana, 2017) 	Likert

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Adapun jenis data yang penulis gunakan yaitu data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang digunakan atau diukur dalam suatu skala numerica atau angka.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh melalui pengumpulan data yang dilakukan dengan penyebaran angket (kuisoner).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner

Teknik ini dilakukan dengan membagikan kuesioner dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan kepada responden secara langsung dan segera dikembalikan kepada peneliti. Peneliti sendiri menggunakan skala likert dengan bentuk *checklist*.

Menurut (Sugiyono, 2019) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial dengan jawaban pertanyaan yang mempunyai 5 (lima) opsi seperti yang terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.3
Skala Pengukuran Likert

Pertanyaan	Bobot
a. Sangat Setuju/Tepat	5
b. Setuju /Tepat	4
c. Kurang Setuju /Tepat	3
d. Tidak Setuju /Tepat	2
e. Sangat Tidak Setuju / Tepat	1

Untuk mengukur validitas dari setiap pertanyaan, teknik yang digunakan adalah dengan korelasi *product moment*, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_1 y_1 - (\sum x_1)(\sum y_1)}{\sqrt{\{n \sum x_1^2 - (\sum x_1)^2\} \{n \sum y_1^2 - (\sum y_1)^2\}}}$$

Dimana :

- n = Banyaknya pengamatan
 = Jumlah pengamatan variabel x
 = Jumlah pengamatan variabel y
 \sum = Jumlah kuadrat pengamatan variabel x
 \sum = Jumlah kuadrat pengamatan variabel y
 $x)^2$ = Kuadrat jumlah pengamatan variabel x
 $y)^2$ = Kuadrat jumlah pengamatan variabel y
 $x_1 y$ = Jumlah hasil kali variabel x dan y

Ketentuan apakah data valid atau tidak adalah dengan melihat probabilitas koefisien korelasinya. Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Untuk mengetahui apakah suatu item valid atau tidak maka dilakukan perbandingan antara koefisien r hitung dengan

koefisien r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel berarti item valid.

Sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel berarti item tidak valid.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Data

a. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya setiap butir pertanyaan yang diberikan kepada responden didalam mendefinisikan suatu variabel. Untuk mengetahui apakah suatu item valid atau tidak maka dilakukan perbandingan antara koefisien r hitung dengan koefisien r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel berarti item valid. Sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel berarti item tidak valid.

Untuk hasil uji validitas pada variabel strategi keunggulan bersaing dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Instrumen Strategi Keunggulan Bersaing (X_1)

No. Butir	r hitung	r tabel	Status
1.	0,810	0,266	Valid
2.	0,777	0,266	Valid
3.	0,753	0,266	Valid
4.	0,735	0,266	Valid

Sumber : *Data Penelitian Diolah* (2024)

Untuk hasil uji validitas pada variabel motivasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Instrumen Motivasi (X₂)

No. Butir	r hitung	r tabel	Status
1.	0,758	0,266	Valid
2.	0,593	0,266	Valid
3.	0,693	0,266	Valid
4.	0,639	0,266	Valid
5.	0,754	0,266	Valid

Untuk hasil uji validitas pada variabel keberhasilan usaha dapat dilihat

pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Instrumen Keberhasilan Usaha (Y)

No. Butir	r hitung	r tabel	Status
1.	0,659	0,266	Valid
2.	0,656	0,266	Valid
3.	0,711	0,266	Valid
4.	0,736	0,266	Valid
5.	0,788	0,266	Valid

Sumber : *Data Penelitian Diolah (2024)*

Dari semua butir pernyataan untuk masing-masing variabel (strategi keunggulan bersaing dan motivasi terhadap keberhasilan usaha) yang diuji, r hitung lebih besar dibandingkan r tabel dengan ternyata semua butir mempunyai status valid.

b. Uji Reliabilitas

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

Tabel 3.7
Ringkasan Pengujian Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach Alpha	Status
Strategi Keunggulan Bersaing (X_1)	0,768	Reliabel
Motivasi (X_2)	0,724	Reliabel
Keberhasilan Usaha (Y)	0,755	Reliabel

Sumber : *Data Penelitian Diolah (2024)*

Dari tabel di atas maka dapat diketahui bahwa reliabilitas instrument manajemen perusahaan tentang strategi keunggulan bersaing (Variabel X_1) sebesar 0,768 (reliabel), Instrument motivasi (Variabel X_2) sebesar 0,724 (reliabel), Keberhasilan Usaha (Variabel Y) sebesar 0,755 (reliabel). Dari Nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 maka data bisa dikatakan reliabelitas

3.6 Teknik Analisis Data

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

1. Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan uji regresi ganda untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun secara simultan. Teknik analisis berganda ini dilakukan dengan bantuan *software* statistik yaitu *SPSS 23 (Statistical Product and Service Solution)*. Persamaan dari regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Dalam metode analisis data ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan spesifikasi model sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

- Y : Variabel Keberhasilan Usaha
- a : Konstanta
- X₁ : Variabel Keunggulan Bersaing
- X₂ : Variabel Motivasi
- b : Koefisien regresi
- e : Variabel pengganggu

2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum pengujian regresi dilakukan, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Menurut (Ghozali, 2018) model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal. Ada empat pengujian dalam uji asumsi klasik yang terdiri dari:

a. Uji Normalitas Data

Menurut (Ghozali, 2018) tujuan dilakukan uji normalitas adalah : “Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik”.

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal *probability* plot yang membandingkan

distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya, dasar pengambilan keputusannya adalah :

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah pengujian untuk melihat apakah terdapat korelasi antara variabel independen, jika terjadi korelasi antara variabel independen maka hal ini berarti terdapat multikolinieritas dan persamaan regresi ganda yang akan terbentuk tidak dapat digunakan untuk peramalan. Menurut (Ghozali, 2018) uji Multikolinearitas dilakukan dengan membandingkan nilai toleransi (*tolerance value*) dan nilai *variance inflation*

factor (VIF) dengan nilai yang disyaratkan. Nilai yang disyaratkan bagi nilai toleransi adalah lebih besar dari 0,1, dan untuk nilai VIF kurang dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian untuk melihat apakah dalam suatu model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari *residual* suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Suatu model regresi yang baik harus bebas dari masalah heterokedastisitas. Menurut (Ghozali, 2018) uji heterokedastisitas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan dengan pengamatan lainnya.

Untuk menguji ada tidaknya masalah heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat apakah terdapat pola tertentu pada garfik *scatterplot* antara *SRESID* dan *ZPRED* dimana sumbu Y adalah *residual* dan sumbu X adalah X yang telah diprediksi. Apabila terdapat pola tertentu secara teratur pada grafik *scatterplot* maka terdapat indikasi bahwa terdapat heterokedastisitas. Apabila tidak terdapat pola yang jelas, maka tidak terdapat heterokedastisitas.

3. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Dimana uji t mencari t_{hitung} dan membandikan dengan t_{tabel} apakah variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak dengan variabel dependen. Untuk mengetahui signifikan atau tidak pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan uji t, dengan rumus :

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

t_{hitung} = Nilai t
 r = Nilai Koefisien korelasi
 n = Jumlah Sampel

Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah:

- 1) Jika $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap dependen.
 - 2) Jika $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap dependen.
4. Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2018). Uji F dapat dihitung dengan rumus :

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

Dimana:

F_h = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel
 N = jumlah sampel
 k = jumlah variabel
 R = koefisien korelasi ganda

Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah:

- a. Jika $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

5. Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinan (R^2) pada intinya mengukur ketepatan atau kecocokan garis regresi yang dibentuk dari hasil pendugaan terhadap hasil yang diperoleh. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Menurut (Ghozali, 2018) uji koefisien determinasi (uji R^2) digunakan untuk persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Rumus untuk mengukur besarnya proporsi adalah:

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

Dimana:

KD = Koefisien Determinan

R^2 = Determinan

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian mengenai **Pengaruh Strategi Keunggulan Bersaing Dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Tiga Binanga Kabupaten Tanah Karo**. Responden pada penelitian ini berjumlah 55 Pada UMKM Tiga Binanga Kabupaten Tanah Karo, kemudian telah dianalisa, maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan strategi keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha yang diperoleh $t_{hitung} (3,230) > t_{tabel} (2,005)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Dengan hubungan seperti ini terkandung arti bahwa makin tinggi (strategi keunggulan bersaing) maka akan tinggi (keberhasilan usaha). Kemudian diperoleh pula bahwa strategi keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Tiga Binanga Kabupaten Tanah Karo.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan motivasi terhadap keberhasilan usaha yang diperoleh $t_{hitung} (3,270) > t_{tabel} (2,005)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Dengan hubungan seperti ini terkandung arti bahwa makin tinggi (motivasi) maka akan tinggi (keberhasilan usaha). Kemudian diperoleh pula bahwa motivasi berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Tiga Binanga Kabupaten Tanah Karo.
3. Pengujian yang dilakukan secara simultan menunjukkan bahwa variabel strategi keunggulan bersaing dan motivasi berpengaruh positif dan signifikan

terhadap keberhasilan usaha UMKM Tiga Binanga Kabupaten Tanah Karo. Dengan Dengan $F_{hitung} (32,487) > F_{tabel} (3,18)$ dengan tingkat signifikasi 0.000.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah:

1. Pengusaha UMKM diharapkan untuk menciptakan ide-ide yang kreatif agar dapat membuat kreasi atas usahanya dan juga tidak melirik pesaing lain, dengan adanya ide-ide baru yang muncul dapat memberikan suasana baru sehingga usaha dapat berkembang.
2. Pengusaha UMKM diharapkan dapat terus berinovasi dalam menciptakan varian baru untuk mempertahankan citra merek, karena komponen tersebut menjadi salah satu patokan bagi konsumen dalam memutuskan pembelian.
3. Orang tua diharapkan lebih memotivasi dan mendukung anak agar dapat mengembangkan jiwa kewirausahaan yang ada pada diri anak dan minat anak dalam berwirausaha. Peran keluarga dan orang tua sangat membantu anak untuk dapat memiliki minat berwirausaha. Dukungan dan ajaran orang tua mengenai kemandirian, percaya diri, dan sebagainya, merupakan langkah yang bisa mendorong anak untuk mau berwirausaha
4. Melakukan pegujian dengan varibael berbeda karena peneliti masih menemukan faktor lain yang mendukung penelitian ini seperti kualitas pelayanan, lokasi, citra merek dan promosi

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Amelia, Wirastomo, J. T., & Satpatmantya, K. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Serta Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Depot Air Minum Isi Ulang (Studi Kasus Pada Umkm Depot Air Minum Isi Ulang Di Cikarang Pusat). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(4).
- Aprizal. (2018). *Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing Studi Kasus Penjualan Komputer*. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Basrowi. (2016). *Kewirausahaan*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Darmanto, & Wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deeplubish.
- Das, R., & Saikia, L. P. (2016). Comparison of Procedural PHP With Codeigniter and Laravel Framework. *International Journal of Current Trends in Engineering & Research*, 2(6), 42–48.
- Fatmasari, Irmayana, A., Dwiyantri, D., & Patricia, A. G. (2023). Pengaruh Kreativitas, Inovasi Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 10(3).
- Frans, A., Dahmiri, D., & Indrawijaya, S. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Rumah Makan Dendeng Batokok Di Provinsi Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 9(3), 172–182.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Keempat* (7th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Glen, C. (2014). *Starting Green: From Business Plan to Profit, Entrepreneur*. Canada: Media Inc.
- Hajar, S., & Sukaatmadja, I. P. G. (2016). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E - Jurnal Manajemen Unud*, 5(10), 6580–6609.
- Hendro. (2017). *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Iffan, M. (2018). Impacts of Entrepreneurial Motivation on Entrepreneurship Intention. *International Conference on Business, Economic, Social Sciences and Humanities (ICOBEST)*.

- Indonesia. (2008). *Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Jakarta.
- Jati, G. P. (2014). *Pengaruh Keunggulan Bersaing Melalui Kinerja Bersaing (Studi Kasus Warung Makan Di Wilayah Tlogosari Semarang)*. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Minds, C. (2012). *Explanations Trust What Is Trust*. New Jersey.
- Mulyana, W., & Safina, W. D. (2022). Pengaruh Karakter Wirausaha Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Wirausaha Pada UMKM Sapu Ijuk Desa Medan Senembah Tanjung Morawa. *Value Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 3(1).
- Mutaminah, & Siyatimah. (2012). Model Pengembangan Green Business untuk Peningkatan Kinerja Keuangan dan Kinerja Pasar. *Proceeding Forum Manajemen Indonesia (FMI)*, 1(1).
- Rissa, A. (2018). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Kelas X Di SMA Pasundan 3 Bandung. *Jurnal Universitas Pasundan*, 1(1).
- Robbins, S. (2018). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rusdiana. (2014). *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. Bandung: Pustaka Setia.
- Saiman, L. (2017). *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-Kasus*. Jakarta: Salempa Empat.
- Setiawan, H. (2012). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil Di Kota Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis*, 8(1).
- Simmons, G., Armstrong, G. A., & Durkin, M. G. (2008). A Conceptualization of the Determinants of Small Business Website Adoption: Setting the Research Agenda. *International Small Business Journal*, 26(3), 351–389.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.: CAPS.

- Suryana. (2017). *Kewirausahaan (Kiat dan Proses Menuju Sukses)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Susanti, D. A., & Ermawati, N. (2016). Pengaruh Motivasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Kewirausahaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) (Studi Kasus Umkm Jenang Kudus). *Prosiding Penelitian Seminar Nasional seri 6*, 3(1).
- Svetlana. (2018). *What is The Definition of Succes In Business*. New York.
- Tambunan, T. (2016). *Perekonomian Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wijaya, W. R., & Handoyo, S. E. (2023). Pengaruh Media Sosial, Kreativitas, Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kuliner Jakarta Utara. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 5(3).
- Yuseima, D., & Zulfikar, R. (2018). Pengaruh Efiksi Diri dan Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha pada Pengrajin Boneka Di Cijerah Bandung. *Jurnal Ilmiah Universitas Komputer Indonesia*.

KUESIONER

PENGARUH STRATEGI KEUNGLAN BERSAING DAN MOTIVASI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA UMKM KECAMATAN TIGA BINANGA KABUPATEN TANAH KARO

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

I DATA RESPONDEN (No. Responden:)

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

II PETUNJUK PENGISIAN

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

Keterangan :

- | | | | |
|-----|---|---------------------|------------------|
| SS | = | Sangat Setuju | (diberi nilai 5) |
| S | = | Setuju | (diberi nilai 4) |
| KS | = | Kurang Setuju | (diberi nilai 3) |
| TS | = | Tidak Setuju | (diberi nilai 2) |
| STS | = | Sangat tidak Setuju | (diberi nilai 1) |

III DAFTAR PERNYATAAN

1. VAIABEL STRATEGI KEUNGGLAN BERSAING (X1)

2. Biaya Rendah
Difrensiasi produk

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
Biaya Rendah						
1	Keunggulan bersaing dapat dilakukan jika menggunakan biaya rendah sebagai biaya produksi					
2	Biaya rendah dibutuhkan agar mampu unggul dalam bersaing					
Difrensiasi produk						
3	Keunggulan bersaing harus memiliki difrensiasi produk yang dihasilkan					
4	Difrensiasi produk berarti perbedaan yang lebih baik					

1. VARIABEL MOTIVASI (X2)

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
Tanggung Jawab						
5	Saya memiliki tanggung jawab pribadi yang tinggi terhadap pekerjaannya					
Prestasi Kerja						
6	Saya selalu melakukan sesuatu/pekerjaan dengan sebaik-baiknya					
Peluang untuk maju						
7	Saya memiliki keinginan mendapatkan upah yang adil sesuai dengan pekerjaan					
Pengkakuan Atas Kinerja						

8	Saya memiliki keinginan mendapatkan upah lebih tinggi dari biasanya.					
Pekerjaan yang menantang						
9	Saya selalu menyukai pekerjaan yang menantang					

3. VARIABEL TERIKAT **KEBERHASILAN USAHA (γ)**

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
Modal						
10	Keberhasilan usaha harus dimulai dengan penyediaan modal yang cukup					
Pendapatan,						
11	Keberhasilan usaha akan ditunjukkan dengan besarnya pendapatan yang diperoleh					
Volume penjualan						
12	Keberhasilan usaha harus dicerminkan dengan peningkatan volume penjualan					
Output produksi						
13	Keberhasilan usaha berarti output produksi juga semakin besar					
. Tenaga kerja						
14	Keberhasilan usaha ditunjang oleh tenaga kerja					

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



Tabulasi**Strategi Keunggulan Bersaing**

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

Tabulasi Motivasi

No. Respond	Jawaban Responden Mengenai Motivasi					Total
1	4	3	3	4	4	18
2	4	4	4	3	4	19
3	4	4	3	3	3	17
4	3	2	3	3	3	14
5	5	4	4	4	4	21
6	4	5	5	5	3	22
7	4	4	4	4	4	20
8	4	4	4	3	4	19
9	2	4	2	2	3	13
10	4	4	4	4	4	20
11	3	3	4	5	4	19
12	4	4	3	3	4	18
13	4	4	4	2	2	16
14	5	4	4	5	5	23
15	4	4	5	4	4	21
16	4	4	4	4	5	21
17	5	5	4	5	5	24
18	3	4	4	4	4	19
19	4	4	4	5	5	22
20	4	4	5	4	4	21
21	5	4	3	5	5	22
22	3	3	5	5	5	21
23	4	4	4	5	4	21
24	3	5	3	4	4	19
25	4	4	4	4	4	20
26	5	4	4	4	4	21
27	4	4	5	4	4	21
28	4	4	5	4	4	21
29	3	4	4	4	5	20
30	4	4	4	4	4	20
31	5	5	4	4	4	22
32	5	5	5	4	4	23
33	5	5	5	4	4	23
34	4	4	4	4	4	20
35	5	3	5	3	5	21
36	4	4	4	4	4	20
37	4	4	5	5	5	23
38	5	5	3	3	5	21
39	5	5	5	5	5	25
40	5	4	5	4	4	22
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	5	5	22
43	4	4	4	4	4	20

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 2/9/25

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)2/9/25

44	5	4	5	4	5	23
45	5	4	4	4	5	22
46	2	2	3	4	2	13
47	4	4	4	4	4	20
48	5	4	4	4	4	21
49	5	4	4	4	5	22
50	5	4	5	4	5	23
51	4	5	5	5	4	23
52	5	4	4	5	5	23
53	4	5	4	3	4	20
54	5	5	5	4	5	24
55	4	4	4	4	4	20



**Tabulasi
Keberhasilan Usaha**

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

UJI VALIDITAS DATA**(X₁)****Correlations**

		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	ttl
VAR00001	Pearson Correlation	1	.481**	.507**	.448**	.810**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000
	N	55	55	55	55	55
VAR00002	Pearson Correlation	.481**	1	.464**	.427**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000
	N	55	55	55	55	55
VAR00003	Pearson Correlation	.507**	.464**	1	.410**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.002	.000
	N	55	55	55	55	55
VAR00004	Pearson Correlation	.448**	.427**	.410**	1	.735**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.002		.000
	N	55	55	55	55	55
ttl	Pearson Correlation	.810**	.777**	.753**	.735**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55

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

(X₂)

Correlations

		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	ttl
VAR00001	Pearson Correlation	1	.466**	.409**	.193	.515**	.758**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.158	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55
VAR00002	Pearson Correlation	.466**	1	.267*	.114	.254	.593**
	Sig. (2-tailed)	.000		.049	.405	.061	.000
	N	55	55	55	55	55	55
VAR00003	Pearson Correlation	.409**	.267*	1	.387**	.321*	.693**
	Sig. (2-tailed)	.002	.049		.004	.017	.000
	N	55	55	55	55	55	55
VAR00004	Pearson Correlation	.193	.114	.387**	1	.484**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.158	.405	.004		.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55
VAR00005	Pearson Correlation	.515**	.254	.321*	.484**	1	.754**
	Sig. (2-tailed)	.000	.061	.017	.000		.000
	N	55	55	55	55	55	55
ttl	Pearson Correlation	.758**	.593**	.693**	.639**	.754**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	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).

(Y)

Correlations

		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	ttl
VAR00001	Pearson Correlation	1	.319*	.410**	.331*	.321*	.659**
	Sig. (2-tailed)		.019	.002	.014	.018	.000
	N	54	54	54	54	54	54
VAR00002	Pearson Correlation	.319*	1	.301*	.384**	.331*	.656**
	Sig. (2-tailed)	.019		.027	.004	.014	.000
	N	54	54	54	54	54	54
VAR00003	Pearson Correlation	.410**	.301*	1	.313*	.504**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.002	.027		.021	.000	.000
	N	54	54	54	54	54	54
VAR00004	Pearson Correlation	.331*	.384**	.313*	1	.589**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.014	.004	.021		.000	.000
	N	54	54	54	54	54	54
VAR00005	Pearson Correlation	.321*	.331*	.504**	.589**	1	.788**
	Sig. (2-tailed)	.018	.014	.000	.000		.000
	N	54	54	54	54	54	54
ttl	Pearson Correlation	.659**	.656**	.711**	.736**	.788**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	54	54	54	54	54	54

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

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

TAHAP UJI REABILITAS DATA

(X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.768	4

(X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.724	5

(Y)

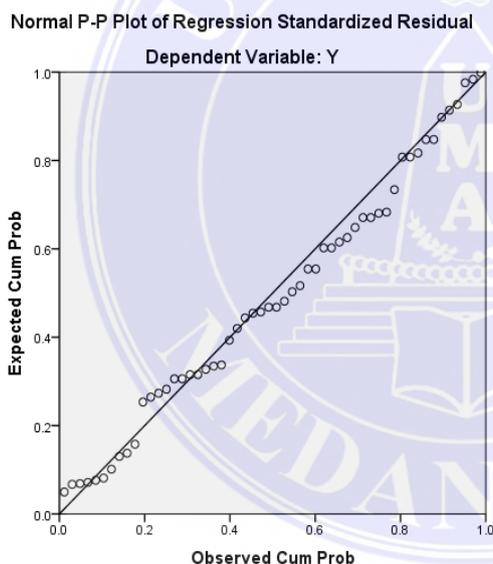
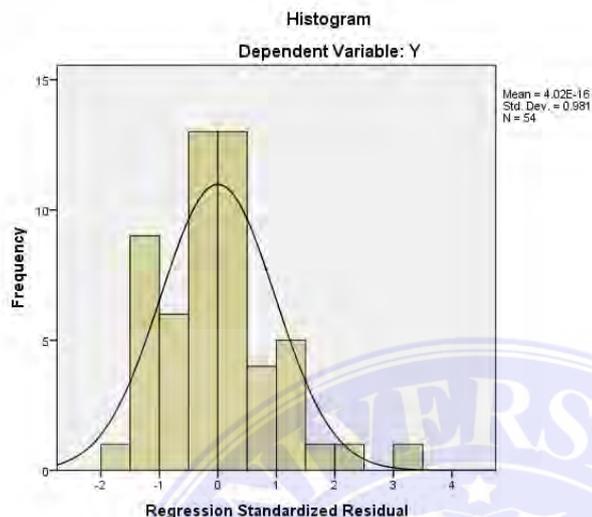
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.755	5

HASIL OLAHAN DATA SPSS

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		54
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.68092132
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.091
	Negative	-.064
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

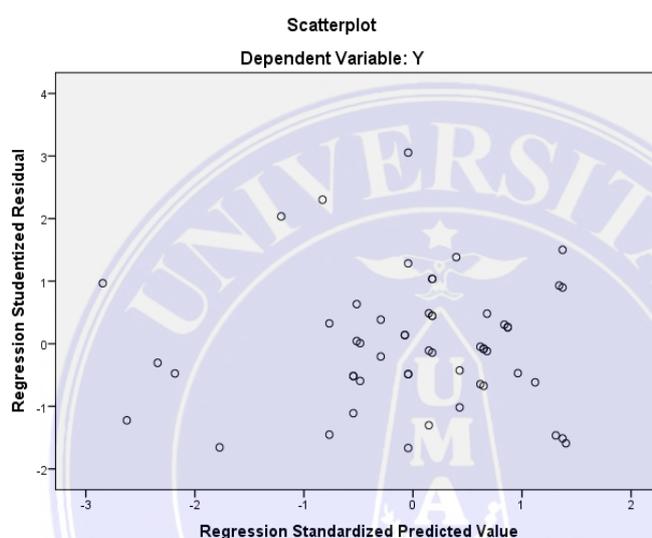
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

b. Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.825	2.028		1.886	.065		
X1	.477	.148	.406	3.230	.002	.545	1.836
X2	.418	.128	.411	3.270	.002	.545	1.836

a. Dependent Variable: Y

c. Uji Heteroskedastisitas



2. Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.825	2.028		1.886	.065		
X1	.477	.148	.406	3.230	.002	.545	1.836
X2	.418	.128	.411	3.270	.002	.545	1.836

a. Dependent Variable: Y

3. Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.825	2.028		1.886	.065		
X1	.477	.148	.406	3.230	.002	.545	1.836
X2	.418	.128	.411	3.270	.002	.545	1.836

a. Dependent Variable: Y

4. Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	190.786	2	95.393	32.487	.000 ^b
	Residual	149.751	51	2.936		
	Total	340.537	53			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

5. Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.748 ^a	.560	.543	1.71356	1.767

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y