

**PENGARUH KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN, LINGKUNGAN,
MODAL DAN PROMOSI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA
TOKO TAZKYA DI KELURAHAN JERUKSAWIT KARANGANYAR**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas dan Syarat-Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Progam Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
Surakarta

Disusun Oleh:

Mellisa Putri Rahmawati

NIM : 18.11.0115

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Mellisa Putri Rahmawati
NIM : 18110115
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : **Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Lingkungan, Modal dan Promosi Terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Tazkya di Kelurahan Jeruksawit.**

Disetujui dan disahkan:

Hari : Jumat

Tanggal : 21 Oktober 2022

Pembimbing



Drs. Christiawan Hendratmoko, M.Si.
NIDN. 0004036901

Mengetahui,

Kepala Program Studi S1 Manajemen



Tri Ratna Pamikatsih, S.E., M.B.A
NIDN. 0610119201

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Mellisa Putri Rahmawati

NIM : 18110115

Program Studi : S1 Manajemen

Judul : **Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Lingkungan, Modal dan Promosi Terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Tazkya di Kelurahan Jeruksawit.**

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Manajemen.

Pada Hari : Sabtu

Tanggal : 19 November 2022

Tim Penguji

Ketua : Drs. Christiawan Henratmoko, M.Si

Anggota : Atik Lusia, S.E., M.B.A.

Tanda Tangan

(.....)

(.....)

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta



Dr. Budi Istiyanto, S.E, M.M, M.H

NIDN. 06200026601

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul :

**PENGARUH KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN, LINGKUNGAN,
MODAL DAN PROMOSI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA
TOKO TAZKYA DI KELURAHAN JERUKSAWIT**

Tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Karanganyar, 2022

Yang memberi pernyataan



Mellisa Putri Rahmawati

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Barang siapa keluar untuk mencari sebuah ilmu, maka ia akan berada di jalan Allah hingga ia kembali”

(HR. Tirmidzi)

“Dan Dia bersama kamu dimana saja kamu berada. Dan Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan”

(QS. Al Hadid: 4)

“The only person who is educated is the one who has learned how to learn and change”

(Carl Rogers)

“Start now. Start where you are. Start with fear. Start with pain. Start with doubt. Start with hand shaking. Start with voice trembling. Start and don’t stop. Start where you are, with what you have. Just start”

(Penulis)

Persembahan

Skripsi ini saya persembahkan kepada Allah SWT, kedua orang tua yang selalu mendukung dan mendoakan, suamiku yang selalu memberi semangat dan saudara serta rekan sahabat yang selalu menemani.

KATA PENGANTAR

Assalaamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : “Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Lingkungan, Modal dan Promosi Terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Tazkya di Kelurahan Jeruksawit”. Tidak lupa sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW yang dengan perjuangan beliau telah menghantarkan kita menjadi umat pilihan, terlahir untuk seluruh umat manusia demi menuju Ridho-Nya.

Selain sebagai salah satu syarat wajib yang harus ditempuh untuk menyelesaikan Program S1 Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Budi Istiyanto, S.E, M.M., M.H, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Ibu Tri Ratna Pamikatsih, S.E., M.B.A., selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen.
3. Bapak Drs. Christiawan Hendratmoko, M.Si. selaku dosen pembimbing akademik dan skripsi.
4. Bapak / Ibu Dosen, Karyawan dan Segenap Civitas Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
5. Orangtua tercinta Bapak Suraji & Ibu Enny Budi Setyowati, dan juga Adikku Elva Yoga Saputra yang selalu memberikan dukungan baik spiritual maupun material serta tak pernah bosan mendoakan dan menasehati demi keberhasilan penulis.
6. Suami tersayang Miko Susilo yang selalu berjuang untuk memotivasi, mendukung, memberikan do'a serta kasih sayang.

7. Teman-teman Program Studi S1 Manajemen angkatan 2018 khususnya R1-C terimakasih atas pengalaman dan perjuangan bersama selama menempuh kuliah di Sekolah Tinggi Ekonomi Surakarta.
8. Almamater Sekolah Tinggi Ekonomi Surakarta.
9. Pihak UMKM Toko Tazkya di Kelurahan Jeruksawit terimakasih telah membantu berpartisipasi dalam penelitian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian, untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa mendatang.

Wasalamu'alaikum Wr.Wb.

Karanganyar,.....2022

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Teori Yang Relevan	9
1. Definisi UMKM	9
2. Peranan dan Kontribusi UMKM di Indonesia.....	13
3. Karakteristik Kewirausahaan	14
4. Lingkungan Wirausaha.....	18
5. Modal.....	20
6. Promosi.....	22
7. Keberhasilan Usaha	26
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Pikir	29
D. Hipotesis.....	30

BAB III METODE PENELITIAN.....	32
A. Objek Penelitian	32
B. Jenis dan Sumber Data	32
C. Populasi dan Sampel	34
D. Teknik Pengumpulan Data	35
E. Definisi Operasional.....	37
F. Teknik Analisis Data.....	38
1. Uji Instrumen Data	38
2. Uji Asumsi Klasik	40
3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	41
4. Uji Hipotesis	42
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	43
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	43
1. Sejarah dan Perkembangan UMKM (Toko Tazkya).....	43
2. Visi & Misi	45
3. Struktur Organisasi	45
B. Deskripsi Responden.....	47
1. Jenis Kelamin	47
2. Usia.....	48
3. Pekerjaan	48
C. Analisis Data	49
1. Uji Instrumen Data	49
2. Uji Asumsi Klasik	52
3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	55
4. Uji Hipotesis.....	58
C. Pembahasan.....	61

BAB V PENUTUP.....	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	27
Tabel 2. Operasional Variabel.....	37
Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 6. Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 8. Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 9. Hasil Uji Multikolinearitas	54
Tabel 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
Tabel 11. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	56
Tabel 12. Hasil Uji t.....	58
Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Hasil Penjualan Promosi.....	5
Gambar 2. Kerangka Pikir.....	29
Gambar 3. Struktur Organisasi.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Tabulasi Data

Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4. Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 5. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Lampiran 6. Hasil Uji Hipotesis

ABSTRAK

MELLISA PUTRI RAHMAWATI, 18.11.0115, PENGARUH KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN, LINGKUNGAN, MODAL, DAN PROMOSI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA TOKO TAZKYA DI KELURAHAN JERUKSAWIT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh karakteristik kewirausahaan, lingkungan, modal, dan promosi terhadap keberhasilan usaha pada Toko Tazkya di Kelurahan Jeruksawit. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh tenaga kerja atau karyawan di Toko Tazkya dan masyarakat yang berada di sekitar Kelurahan Jeruksawit. Peneliti menentukan kriteria yang digunakan pada penelitian ini yaitu pernah membeli produk di Toko Tazkya minimal 2 kali. Teknik sampling yang digunakan menggunakan *purposive sampling* dimana sampel yang diperoleh adalah 100 responden.

Variabel penelitian terdiri dari variable bebas yang meliputi karakteristik kewirausahaan, lingkungan, modal, dan promosi. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu (1) Uji instrumen data yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. (2) Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. (3) Uji analisis regresi linear berganda. (4) Uji hipotesis yang terdiri dari uji t dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Karakteristik Kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha. (2) Lingkungan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha. (3) Modal berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha. (4) Promosi tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha.

Kata Kunci : Karakteristik Kewirausahaan, Lingkungan, Modal, Promosi, Keberhasilan Usaha.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu unit usaha yang memiliki peran penting dalam perkembangan dan pertumbuhan perekonomian Indonesia. Dengan adanya sektor UMKM, pengangguran akibat angkatan kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja menjadi berkurang. Tumbuhnya usaha mikro menjadikannya sebagai sumber pertumbuhan kesempatan kerja dan pendapatan. Dengan banyak menyerap tenaga kerja berarti UMKM mempunyai peran strategis dalam upaya pemerintah dalam memerangi kemiskinan dan pengangguran.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, oleh karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Dalam krisis ekonomi yang terjadi di negara kita sejak beberapa waktu lalu yang diakibatkan oleh wabah virus *covid-19* atau *Corona*, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnansi bahkan berhenti aktifitasnya, sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut. Mengingat pengalaman yang telah dihadapi oleh Indonesia selama krisis, kiranya tidak berlebihan

apabila pengembangan sektor swasta difokuskan pada UMKM, terlebih lagi unit usaha ini seringkali terabaikan hanya karena hasil produksinya dalam skala kecil dan belum mampu bersaing dengan unit usaha lainnya.

Untuk memulai dan menjalankan usaha dengan baik pada dasarnya seorang wirausaha harus memiliki bekal pengetahuan tentang kewirausahaan. Selain itu wirausahawan harus memiliki jiwa/karakteristik yang seharusnya dimiliki oleh seorang wirausaha. Karena hal itu menjadi salah satu pendorong wirausahawan untuk mencapai keberhasilan usahanya. Noor (2007:397) mengemukakan bahwa “Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba karena laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis”. Untuk memulai dan menjalankan usaha dengan baik pada dasarnya seorang wirausaha harus memiliki bekal pengetahuan tentang kewirausahaan. Selain itu wirausahawan harus memiliki keunggulan dalam bersaing untuk mencapai keberhasilan dalam suatu usaha. Karena hal itu menjadi salah satu pendorong wirausahawan untuk mencapai keberhasilan usahanya. Seorang wirausaha harus memiliki pengetahuan khusus terkait dengan bisnis yang akan dijalankan.

Karakteristik kewirausahaan terdapat dari dalam individu yang merupakan dasar sumber daya kewirausahaan. Seorang wirausaha tidak akan berhasil apabila tidak memiliki pengetahuan, kemampuan dan kemauan (Sarwono, 2012). Bekal pengetahuan kewirausahaan itu meliputi pengetahuan tentang usaha yang dijalankan, cara menjalankan usaha tersebut, pengetahuan tentang manajemen,

operasional, pemasaran dan lain-lain. Ketika seseorang memutuskan untuk memulai usaha baru, bekal pengetahuan kewirausahaan menjadi dasar utama yang harus dipelajari terlebih dahulu, agar usaha tersebut dapat berjalan dengan baik dan tumbuh berkembang sesuai keinginan pemilik usaha.

Terlepas dari pengetahuan dari karakteristik berwirausaha, kemudian terdapat faktor lingkungan menjadi aspek penting bagi UMKM. Secara umum lingkungan merupakan segala sesuatu yang ada disekitar obyek dan dapat mempengaruhi maupun dipengaruhi subyek tersebut. Penelitian Haryani (2013) menunjukkan bahwa lingkungan berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha, dimana orang tua dan kerabat dapat membantu calon pengusaha dalam membangun jaringan, bantuan keuangan yang dibutuhkan, serta dukungan moral. Dengan demikian lingkungan wirausaha merupakan segala sesuatu yang ada di sekitar wirausaha dan dapat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh wirausaha. Dalam konteks upaya untuk mengembangkan wirausaha yang ada, yang dimaksud lingkungan adalah lingkungan eksternal yang terdiri dari pelanggan, pemasok, pesaing, kreditor, ekonomi, sosial, politik, teknologi, dan ekologi.

Keberhasilan usaha mikro dan usaha kecil dapat ditinjau juga dari modal, modal merupakan fondasi awal yang sangat penting diperhatikan sebelum menjalankan sebuah usaha. Modal baik dalam bentuk uang maupun hal lainnya merupakan bahan bakar bagi pengusaha untuk menjalankan usahanya termasuk usaha kecil-kecilan juga perlu modal yang layak agar bisa berkembang. Jika

seorang wirausaha memiliki modal yang lebih besar maka kapasitas usahanya akan mampu menghasilkan keuntungan yang lebih besar.

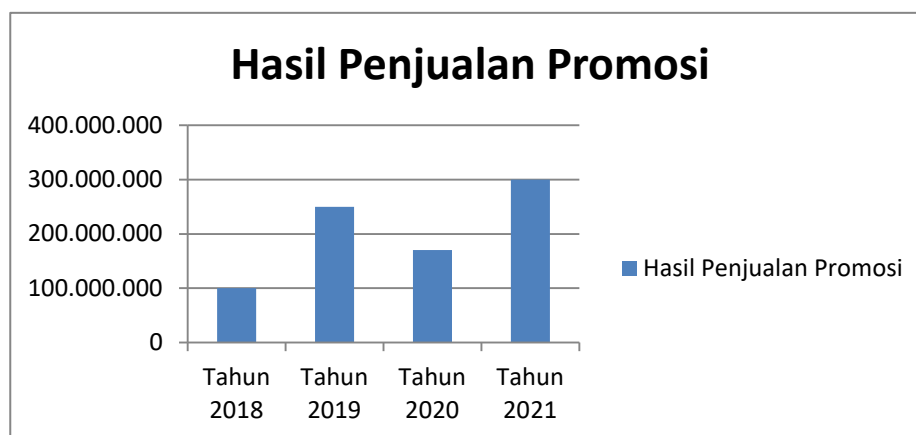
Pemerintah memberikan perhatian terhadap setiap usaha rakyat pada usaha mikro kecil dan menengah melalui program bantuan kredit usaha rakyat yang disalurkan melalui lembaga keuangan perbangkan yang ditunjuk oleh pemerintah dibawah pengawasan bank Indonesia. Program penciptaan wirausaha mudah oleh beberapa instansi pemerintah dan swasta yang berkembang saat ini perlu mendapatkan perhatian dan dukungan penuh dari pemerintah dari berbagai segi sebagaimana yang tercantum didalam undang-undang nomor 20 tahun 2008.

Dalam usaha mikro dan usaha kecil pun memerlukan promosi. Promosi dapat merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal dan ketika konsumen memiliki daya beli maka dengan adanya kesadaran dan mengenal sebuah produk maka calon konsumen akan menjadi pembeli mengingat produk tersebut. Penggunaan elemen-elemen promosi seperti iklan, promosi penjualan, tenaga penjualan dan hubungan masyarakat diyakini mampu meningkatkan kinerja penjualan sebagai bagian dari program pemasaran terintegrasi (Rahman and Ibrahim, 2011). Sosial media pusatnya perkembangan dunia teknologi dan informasi beberapa tahun terakhir, menjadikan internet sebagai alat komunikasi sehingga persaingan dalam hal usaha sekarang semakin berkembang.

Salah satu UMKM yang menarik untuk dibahas berada di wilayah sekitar Kelurahan Jeruksawit yang menjual berbagai macam sembako. UMKM ini

dikenal dengan nama Toko Tazkya yang berlokasi di Jalan Mayor Achmadi, Plosorejo, Kelurahan Jeruksawit, Kecamatan Gondangrejo, Kabupaten Karanganyar. Pada tahun 2015, Toko Tazkya didirikan dan dikelola oleh Bapak Suparmin. Lambat laun mulai berkembang hingga mempunyai 3 cabang. Salah satu faktor keberhasilan usaha pada Toko Tazkya yakni dari segi promosi yang dijalankan, seperti kupon belanja, diskon pada hari perayaan tertentu, dll.

Data penjualan dari hasil promosi tahun 2018 sampai tahun 2021 yaitu sebagai berikut :



Gambar 1. Data Hasil Penjualan Promosi

Berdasarkan data dari grafik tersebut maka rata-rata penghasilan dari adanya promosi yang dilakukan Toko Tazkya mulai dari tahun 2018 sampai tahun 2021 adalah Rp 167.500.000. Dapat dilihat dari data yang disajikan pada tahun 2020 mengalami penurunan karena dampak pandemi dari virus *Corona*. Akan tetapi, Bapak Suparmin sebagai pengelola sekaligus pendiri Toko Tazkya mampu mengatasinya dengan baik.

Berdasarkan pembahasan latar belakang diatas maka seorang wirausaha harus memiliki berbagai siasat dan memperhatikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pengembangan UMKM. Tekad yang kuat, pengalaman dan pengetahuan menjadi tonggak yang kuat sehingga penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : PENGARUH KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN, LINGKUNGAN, MODAL DAN PROMOSI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA TOKO TAZKYA DI KELURAHAN JERUKSAWIT KARANGANYAR.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka masalah yang akan dirumuskan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah karakteristik kewirausahaan mempunyai pengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Toko Tazkya di Kelurahan Jeruksawit Karanganyar?
2. Apakah lingkungan mempunyai pengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Toko Tazkya di Kelurahan Jeruksawit Karanganyar?
3. Apakah modal mempunyai pengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Toko Tazkya di Kelurahan Jeruksawit Karanganyar?
4. Apakah promosi mempunyai pengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Toko Tazkya di Kelurahan Jeruksawit Karanganyar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada Toko Tazkya di Kelurahan Jeruksawit Karanganyar.
2. Mengetahui pengaruh lingkungan terhadap keberhasilan usaha pada Toko Tazkya di Kelurahan Jeruksawit Karanganyar.
3. Mengetahui pengaruh modal terhadap keberhasilan usaha pada Toko Tazkya di Kelurahan Jeruksawit Karanganyar.
4. Mengetahui pengaruh promosi terhadap keberhasilan usaha pada Toko Tazkya di Kelurahan Jeruksawit Karanganyar.

D. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan, maka hasil penelitian diharapkan dapat memberi manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah koleksi karya ilmiah sebagai literatur atau acuan bagi yang ingin menambah wawasan mengenai masalah yang telah dikaji dalam pengembangan usaha mikro kecil dan menengah, dan dapat menjadi referensi atau masukan bagi pelaku wirausaha serta dapat menambah kajian

ilmu tentang faktor-faktor pengembangan maupun peningkatan keberhasilan usaha mikro kecil dan menengah.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan serta bagi pelaku wirausaha khususnya pemilik usaha dalam meningkatkan keberhasilan bisnisnya, dapat juga dijadikan sebagai bahan referensi yang nantinya akan memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian serupa di masa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori yang Relevan

1. Definisi UMKM

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang buka merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Sedangkan usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari

usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Di dalam Undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta.
- b. Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp.50 juta sampai dengan paling banyak Rp.500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300 juta hingga maksimum Rp.2,5 miliar.
- c. Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga paling banyak Rp.100 miliar hasil penjualan tahunan di atas Rp.2,5 miliar sampai paling tinggi Rp.50 miliar.

Selain menggunakan nilai moneter sebagai kriteria, sejumlah lembaga pemerintahan seperti Departemen Perindustrian dan Badan Pusat Statistik (BPS), selama ini juga menggunakan jumlah pekerja sebagai ukuran untuk membedakan skala usaha antara usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Misalnya menurut Badan Pusat Statistik (BPS), usaha mikro adalah unit usaha dengan jumlah pekerja 1 sampai 4 orang, usaha

kecil antara 5 sampai 19 pekerja, dan usaha menengah dari 20 sampai dengan 99 orang. Perusahaan-perusahaan dengan jumlah pekerja di atas 100 orang masuk dalam kategori usaha besar.

Usaha mikro kecil dan menengah merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia. Masa depan pembangunan terletak pada kemampuan usaha mikro kecil dan menengah untuk berkembang mandiri. Kontribusi usaha mikro kecil dan menengah pada GDP di Indonesia tahun 2019 sekitar 60,3%.

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian kedepan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya.

Secara umum, tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas.

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada

prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Namun definisi UMKM berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda menurut negara. Karena itu, memang sulit membandingkan pentingnya atau peran UMKM antar negara.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah disingkat UMKM adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan usaha yang berdiri sendiri. Menurut Keputusan Presiden RI No. 99 Tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.

Sulistiyastuti (2004) menyebutkan ada empat alasan yang menjelaskan posisi strategis UMKM di Indonesia. Pertama, UMKM tidak memerlukan modal yang besar sebagaimana perusahaan besar sehingga pembentukan usaha ini tidak sesulit usaha besar. Kedua, tenaga kerja yang diperlukan untuk menuntut pendidikan formal tertentu. Ketiga, sebagian besar berlokasi di pedesaan dan tidak memerlukan infrastruktur sebagaimana perusahaan besar. Keempat, UMKM terbukti memiliki ketahanan yang kuat ketika Indonesia dilanda krisis ekonomi.

Keunggulan Usaha Mikro dan Kecil (Sopiah,2008)

- a. Usaha ini bertebaran di seluruh pelosok dengan berbagai ragam bidang usaha
- b. Usaha ini beroperasi dengan investasi modal untuk aktiva tetap pada tingkat yang rendah
- c. Sebagian besar usaha ini bisa dikatakan padat karya, disebabkan karena penggunaan teknologi sederhana

Kelemahan Usaha Mikro dan Kecil (Sopiah,2008)

- a. Kemungkinan kerugian pada saat investasi awal, sangat besar
- b. Pendapatan yang tidak teratur
- c. Diperlukan adanya kerja keras dan waktu yang lama, sebelum usaha berkembang
- d. Kualitas kehidupan yang tetap rendah meskipun usahanya sudah mantap

2. Peranan dan kontribusi UMKM di Indonesia

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional terutama dalam kontribusinya terhadap produk *domestic* bruto (PDB). Mengingat pentingnya peranan UMKM di bidang ekonomi, sosial dan politik maka saat ini perkembangan UMKM diberi perhatian cukup besar diberbagai dunia.

- a. Peranan UMKM di bidang ekonomi

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) mempunyai peranan yang startegis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan

dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. UMKM diharapkan mampu memanfaatkan sumber daya nasional termasuk pemanfaatan tenaga kerja yang sesuai dengan kepentingan rakyat dan mencapai pertumbuhan ekonomi yang maksimum. Rahman 2009 menambahkan UMKM telah menunjukan perannya dalam penciptaan kesempatan kerja dan sebagai usaha satu sumber penting bagi pertumbuhan produk *domestic* bruto (PDB). Usaha kecil juga memberikan kontribusi yang tinggi terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia di sektor-sektor industri perdagangan dan transportasi. Sektor ini mempunyai peranan cukup penting dalam penghasilan devisa negara melalui usaha pakaian jadi (*garment*) barang-barang kerajinan termasuk muebel dan pelayanan bagi turis.

b. Peranan UMKM dibidang sosial

Sulistiyastuti (2004) berpendapat bahwa UMKM mampu memberikan manfaat sosial yaitu mereduksi ketimpangan pendapatan, terutama di negara-negara berkembang. Peranan usaha kecil tidak hanya menyediakan barang-barang dan jasa bagi konsumen yang berdaya beli rendah tetapi juga bagi konsumen perkotaan lain

3. Karakteristik kewirausahaan

Menurut Fahmi (2013:1) Kewirausahaan adalah suatu ilmu yang mengkaji tentang pengembangan dan pembangunan semangat kreativitas

serta berani menanggung risiko terhadap pekerjaan yang dilakukan demi mewujudkan hasil karya tersebut.

Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2009:3) dalam Trustorini Handayani dan Yusuf Tanjung (2017: 31) Wirausaha adalah orang yang berjiwa kreatif dan inovatif yang mampu mendirikan, membangun, mengembangkan, memajukan, dan menjadikan perusahaanya unggul.

Menurut Scarborough, 2006 (dalam Kristanto, 2009:38) beberapa pengetahuan dan kapabilitas yang sangat diperlukan wirausaha agar unggul yaitu sebagai berikut:

- a. Mengetahui bidang usaha yang dirintis, wirausaha dalam melakukan kegiatan usaha harus mengetahui dengan jelas apa bisnis yang dilakukan sekarang dan prospek di masa depan.
- b. Memiliki sikap yang tepat, sifat dan sikap yang baik harus dimiliki oleh wirausaha. Pada masa kini dan masa depan wirausaha harus mau dan mampu berperilaku etis dan memiliki rasa tanggung jawab sosial guna kelangsungan hidup usaha dimasa depan.
- c. Memiliki modal yang memadai, kemampuan mengelola keuangan merupakan hal sangat penting guna kelangsungan hidup usaha. Kemampuan mendatangkan modal sangat ditentukan keahlian wirausaha dalam mengevaluasi sumber-sumber pendanaan dan juga pengalaman di bidang keuangan.

- d. Mampu mengelola keuangan dengan baik, wirausahawan yang dikatakan unggul ialah yang mampu mengelola dengan efektif. Mampu mencari sumber dana yang paling murah, mampu memanfaatkan keuntungan usaha dengan tepat, dan juga mampu mencatat kegiatan operasionalisasi usaha.
- e. Mengelola waktu dengan efisien, wirausahawan harus mampu mengelola waktu dengan baik dan kemampuan membuat time schedule dan menepati merupakan hal yang sangat dibutuhkan untuk menjaga hubungan baik dengan kolega.
- f. Memuaskan pelanggan dengan kualitas produk yang tinggi, aktivitas perusahaan harus mampu menghasilkan produk dengan kualitas tinggi. Wirausahawan yang unggul mengajarkan bahwa barang dan jasa yang berkualitas tinggi sangat penting dalam mempertahankan persaingan. Manfaat yang didapat tidak hanya untuk mengurangi kerusakan tetapi juga meningkatkan produktivitas, meningkatkan kepuasan konsumen, semakin rendahnya biaya, dan menjaga citra baik perusahaan.
- g. Mengetahui bagaimana untuk bersaing, persaingan yang sehat mampu menjaga kemitraan sangat dibutuhkan bagi kelangsungan bisnis dimasa depan. Wirausaha harus mengetahui siapa pesaingnya, memiliki kemauan dan kemampuan berkompetisi dengan baik berdasarkan norma etika dan tanggung jawab sosial.

Pendapat lain diungkapkan oleh M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer (1993:6-7) (dalam Suryana, 2010:24), mengemukakan delapan karakteristik kewirausahaan sebagai berikut:

1. Memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya.
2. Lebih memilih resiko moderat, artinya selalu menghindari resiko, baik yang terlalu rendah maupun terlalu tinggi.
3. Memiliki kepercayaan diri untuk memperoleh kesuksesan.
4. Selalu menghendaki umpan balik dengan segera.
5. Memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
6. Berorientasi serta memiliki perspektif dan wawasan jauh ke depan.
7. Memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.
8. Lebih menghargai prestasi daripada uang. Wirausaha selalu komitmen dalam melakukan tugasnya sampai berhasil.

Dalam mencapai keberhasilannya, seorang wirausaha memiliki ciri-ciri tertentu. Dalam *Entrepreneurship and Small Enterprise Development Report* (1986) yang dikutip oleh M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer (2006) dalam Kristanto (2009:38) ada beberapa karakteristik kewirausahaan yang berhasil, diantaranya memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Proaktif, yaitu berinisiatif dan tegas berorientasi pada prestasi.

- b. Komitmen kepada orang lain, misalnya dalam mengadakan kontrak dan hubungan bisnis.
- c. Berpikir kreatif dalam kewirausahaan.

4. Lingkungan wirausaha

Kewirausahaan beroperasi dalam suatu lingkungan yang dinamis, yang pada umumnya tidak dapat dikendalikan oleh wirausaha itu sendiri. Lingkungan kewirausahaan itu sendiri sangat luas, sehingga penelitian yang dilakukan peneliti-peneliti terdahulu juga bervariasi secara luas. Literatur-literatur lingkungan kewirausahaan secara umum membahas lingkungan kewirausahaan yang meliputi kerangka hukum dan kelembagaan, kehadiran pengusaha berpengalaman, kehadiran tenaga kerja terampil, aksesibilitas pemasok, aksesibilitas pelanggan atau pasar baru, tingkat kompetisi antar perusahaan, kebijakan pemerintah yang mendukung, penyediaan pelatihan dan dukungan layanan, dan infrastruktur. Selain itu, karakteristik orang, keterampilan, pengalaman, dan motivasi, memainkan peran penting dalam penciptaan usaha baru. Gnyawali dan Fogel (1994) mengelompokkan lingkungan kewirausahaan menjadi 5 kelompok yaitu kebijakan dan prosedur pemerintah, kondisi sosial dan ekonomi, keterampilan kewirausahaan dan bisnis, bantuan keuangan, dan bantuan non keuangan.

Penelitian Wulandari (2009) menunjukkan lingkungan eksternal dan internal baik secara memiliki pengaruh positif terhadap orientasi wirausaha. Lingkungan eksternal diukur melalui perubahan lingkungan, sumber daya,

peraturan, persaingan, internasionalisasi, teknologi, dan karakteristik industri sedang lingkungan internal diukur melalui ukuran perusahaan, struktur organisasi, strategi perusahaan, proses pembuatan strategi, sumber daya perusahaan, budaya perusahaan, dan karakteristik tim manajemen puncak.

Penelitian Ferediouni (2010) menunjukkan bahwa lingkungan eksternal mempengaruhi motivasi masyarakat Iran untuk memulai bisnis. Agar masyarakat termotivasi untuk memulai bisnis diperlukan kebijakan pemerintah dalam hal adanya perundangan dan peraturan yang berpihak pada bisnis, penurunan pajak untuk usaha kecil, memberikan peluang usaha bagi usaha kecil, pemberian pinjaman, dan mempermudah perizininan untuk usaha baru.

Penelitian yang dilakukan Ayuningtias dan Ekawati (2015) terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara menunjukkan bahwa lingkungan keluarga, lingkungan kampus, kepribadian, dan motivasi baik secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Kajian teori dan beberapa penelitian terdahulu menunjukkan pentingnya lingkungan kewirausahaan dalam menumbuhkan kewirausahaan di masyarakat. Meskipun teori dan penelitian-penelitian tentang lingkungan kewirausahaan di atas dengan berbagai variasi namun intinya menyatakan bahwa lingkungan kewirausahaan baik lingkungan internal maupun eksternal berpengaruh terhadap pertumbuhan wirausaha. Pengaruh tersebut dapat

bersifat langsung maupun tidak langsung. Dalam penelitian ini yang termasuk dalam lingkungan kewirausahaan adalah kebijakan dan prosedur pemerintah, kondisi sosial ekonomi, kewirausahaan dan ketrampilan, bantuan keuangan, dan bantuan non keuangan.

5. Modal

Menurut Bakker (dalam Riyanto,2005) mengartikan modal ialah baik barang-barang kongrit (di Neraca sebelah Debet = modal kongrit) maupun berupa daya beli atau nilai tukar dari barang-barang itu (Neraca sebelah kredit = modal abstrak)

Modal usaha merupakan salah satu aspek yang harus ada dalam berwirausaha selain aspek lain yang tidak kalah pentingnya yaitu SDM (keahlian tenaga kerja), teknologi, ekonomi, serta organisasi atau legalitas. Modal usaha dapat diartikan sebagai dana yang digunakan untuk menjalankan usaha agar tetap berjalan. Modal usaha juga dapat diartikan dari berbagai segi yaitu modal pertama kali membuka usaha, modal untuk melakukan perluasan usaha, dan modal untuk menjalankan usaha sehari-hari.

- a. Modal pertama kali buka usaha,
- b. Modal untuk melakukan perluasan usaha,dan
- c. Modal untuk menjalankan usaha sehari-hari.

Berdasarkan manfaatnya, modal usaha terbagi atas:

- a. Modal kerja, dikenal juga dengan harta lancar yang lebih identik dengan modal berbentuk modal uang yang di gunakan untuk membiayai

pengeluaran-pengeluaran produksi atau kegiatan operasional seperti: 1) Membeli bahan baku atau bahan pembantu; 2) Membayar gaji karyawan; 3) Biaya listrik, air, telepon, internet; 4) Biaya transportasi; 5) Biaya administrasi umum.

- b. Modal investasi (aset), dikenal dengan harta tetap, merupakan uang yang dikeluarkan untuk membeli barang-barang. Apabila usaha yang dijalankan berupa produksi maka dialokasikan untuk membeli peralatan dan mesin-mesin produksi. Apabila usaha dibidang jasa biasanya investasi dalam bentuk sewa atau beli tempat serta peralatan yang mendukung usaha.

Berdasarkan fungsi bekerjanya dalam perusahaan/usaha maka modal dapat dibedakan menjadi : (Riyanto,2005)

- i. Modal Kerja. Sejumlah dana yang digunakan untuk menutup kebutuhan operasional sehari-hari. Modal ini dapat lebih mudah diperbesar atau diperkecil, disesuaikan dengan kebutuhan dan sesuai dengan keadaan gelombang ekonomi yang ada. Elemen-elemen dalam modal kerja akan berubah-ubah sesuai kebutuhan. Dan modal kerja mengalami proses perputaran dalam jangka waktu yang pendek atau kurang dari 1 tahun.
- ii. Modal tetap. Modal tetap adalah sejumlah dana yang dipakai untuk pengadaan kekayaan/aktiva tetap seperti tanah, bangunan atau peralatan-peralatan usaha. Modal ini tidak mudah dikurangi atau diperkecil meskipun dalam keadaan gelombang ekonomi yang sedang menurun.

Modal ini relatif permanen dalam jangka waktu tertentu. Serta Modal tetap mempunyai proses perputaran dalam jangka waktu yang panjang atau lebih dari 1 tahun.

6. Promosi

Menurut Daryanto (2011:94), promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dapat mengarahkan organisasi atau seseorang untuk menciptakan transaksi antara pembeli dan penjual. Promosi merupakan kegiatan terakhir dari *marketing mix* yang sangat penting karena sekarang ini kebanyakan pasar lebih banyak bersifat pasar pembeli dimana keputusan terakhir terjadinya transaksi jual beli sangat dipengaruhi oleh konsumen. Oleh karena itu, pembeli adalah raja. Para produsen berlomba dengan berbagai cara melalui promosi untuk merebut hati pembeli agar tertarik dan mau membeli produk yang dijualnya.

Menurut Swastha dan Irawan dalam Widagdo (2011:3), tujuan utama dari promosi adalah modifikasi tingkah laku konsumen, menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk serta mengingatkan konsumen sasaran tentang perusahaan dan produk atau jasa yang dijualnya.

a. Periklanan (*Advertising*)

Secara sederhana iklan didefinisikan oleh Kasali (1992: 9) sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat melalui suatu media. Menurut Blech dan Blech (2003) periklanan didefinisikan sebagai bentuk pembayaran dari komunikasi

nonpersonal tentang sebuah organisasi, produk, pelayanan atau ide melalui perusahaan yang teridentifikasi. Menurut Liliweri (1992) iklan merupakan suatu proses komunikasi yang mempunyai kekuatan yang sangat penting sebagai alat pemasaran dalam membantu menjual barang, dengan memberi layanan serta gagasan atau ide-ide melalui sasaran tertentu dalam bentuk informasi yang persuasif.

Hermawan (2012) menyatakan bahwa periklanan merupakan bagian untuk memenuhi fungsi pemasaran dimana periklanan tidak hanya untuk memberikan informasi melainkan juga untuk memengaruhi perasaan, pengetahuan, makna, kepercayaan, sikap dan citra konsumen yang berkaitan dengan produk atau merek.

b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Menurut Umar dalam Rusmini (2013:74), promosi penjualan adalah insentif jangka panjang pendek untuk meningkatkan pembelian atau penjualan suatu barang atau jasa dimana pembelian diharapkan dilakukan sekarang juga. Kegiatan promosi yang termasuk dalam promosi penjualan ini misalnya pemberian kupon, obral, kontes, pameran dan lain-lain. Peter dan Olson (2014) menyatakan bahwa promosi penjualan merupakan aktivitas pemasaran yang berfokus pada tindakan yang bertujuan memberikan dampak langsung terhadap perilaku konsumen sebuah perusahaan.

c. Hubungan Masyarakat (*Public Relation and Publicity*)

Menurut Boyd, dkk (2012:91), kegiatan hubungan masyarakat ini didefinisikan sebagai fungsi promosional yang “menggunakan komunikasi dua arah untuk mencocokkan kebutuhan dan minat lembaga atau orang dengan kebutuhan dan minat berbagai lapisan masyarakat dengan apa lembaga dan orang harus berkomunikasi.

Menurut Lupiyoadi (2014:181), hubungan masyarakat merupakan kiat pemasaran penting lainnya, dimana perusahaan tidak hanya harus berhubungan dengan pelanggan, pemasok dan penyalur, tetapi juga harus berhubungan dengan kumpulan kepentingan publik yang lebih besar.

d. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Kotler dan Armstrong (2012) menyatakan bahwa pemasaran langsung merupakan hubungan langsung dengan konsumen individual untuk mendapatkan respon segera dan mendapatkan loyalitas pelanggan.

Tjiptono dan Chandra (2012) menyatakan bahwa pemasaran langsung merupakan pemasaran strategik, adapun metode yang dapat dilakukan yaitu katalog, pos, telepon, tv, faxmile, dan lainnya.

Lupiyoadi (2014:182), menyatakan bahwa pemasaran langsung merupakan unsur terakhir dalam bauran komunikasi dan promosi, dan terdapat enam area dari pemasaran langsung (terdiri dari surat langsung/*direct e-mail*, pesanan melalui pos/*mail order*, respons

langsung, penjualan langsung/*personal selling*, *telemarketing*, pemasaran digital/*digital marketing*).

e. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Assauri (2014) menyatakan bahwa penjualan personal merupakan pembicaraan dengan seseorang atau lebih pada calon pembeli dengan tujuan agar dapat terealisasi penjualan.

Gitosudarmo (2014) menyatakan bahwa yang termasuk dalam kategori *personal selling* adalah : (1) *Door to door selling*, pemasar langsung mendatangi rumah calon pembeli untuk menawarkan produk, (2) *Mail order*, informasi dikirimkan melalui e-mail, (3) *Telephone selling*, untuk menghubungi pelanggan tetap, (4) *Direct selling*, penjualan langsung kepada calon pembeli.

f. Promosi Media Sosial.

Pemasaran media sosial/*social media marketing* menurut Afifah (2016 : 7) dipusatkan pada usaha menciptakan konten (posting, tulisan, gambar, video) yang menarik perhatian dan mendorong pembaca untuk membagi (*share*) konten tersebut melalui jaringan sosial mereka. Singkatnya, *social media marketing* adalah usaha bagian pemasaran untuk membuat tulisan, gambar, video, grafik, atau posting di akun media sosial lembaga guna mempromosikan barang/ jasa.

Menurut Taprial & Kanwar (2012) sosial media memiliki beberapa keunggulan yang menjadikannya lebih kuat dibandingkan media

tradisional: (1) *Accessibility*, Sosial media mudah untuk diakses karena memerlukan sedikit atau tidak ada biaya sama sekali dalam penggunaannya. (2) *Speed*, konten yang dibuat dalam sosial media tersedia bagi semua orang yang berada dalam jaringan, forum, atau komunitas begitu diterbitkan. (3) *Interactivity*, media sosial dapat menampung dua atau lebih saluran komunikasi. (4) *Longevity / Volativity*, konten pada sosial media tetap dapat diakses pada waktu yang lama, atau bahkan selamanya. (5) *Reach*, Internet menawarkan jangkauan yang tidak terbatas ke semua konten yang tersedia.

7. Keberhasilan usaha

Menurut pendapat Moch.Kohar Mudzakar menjelaskan bahwa suatu usaha dikatakan berhasil apabila memiliki suatu kelebihan dibandingkan dengan periode sebelumnya atau dengan perusahaan sekelasnya. Keberhasilan usaha dapat diukur dari berbagai segi diantaranya dari laba usaha yang berhasil dicapai oleh para pengusaha pada waktu tertentu (Waridah 1992) berhasil tidaknya suatu usaha dapat diketahui dari membesarnya skala usaha yang dimiliki (Dedi hary adi 1998). Menurut Daulay dan Ramadini (2013:3) mengemukakan bahwa keberhasilan usaha merupakan sesuatu keadaan yang menggambarkan keadaan lebih baik daripada sebelumnya.

Menurut Suyatno 2010:179 berkaitan dengan faktor penentu keberhasilan usaha industri kecil ini hasil penelitiannya menemukan bahwa keberhasilan usaha kecil ditandai oleh inovasi, perilaku mau mengambil resiko. Begitu juga

hasil penelitian Murphy dalam sumber yang sama menemukan bahwa keberhasilan usaha kecil disumbangkan oleh kerja keras, dedikasi dan komitmen terhadap pelayanan dan kualitas. Berbagai faktor penentu keberhasilan usaha industri kecil indentifikasi penelitian Luch tersesbut pada dasarnya adalah cerminan dari kemampuan usaha pengetahuan, sikap, dan keterampilan, pengalaman yang relevan, motivasi kerja dan tingkat pendidikan seorang pengusaha. Sehingga dapat diketahui bahwa keberhasilan usaha dapat dipengaruhi oleh kemampuan usaha yang tercermin diantaranya melalui pengetahuan, sikap, dan keterampilan dari pengusaha.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Judul	Variabel Independen	Hasil Penelitian
1	Sri Haryani (2012)	Pengaruh Lingkungan Kewirausahaan Terhadap Pengembangan Wirausaha di Kabupaten Sleman	Kebijakan dan Prosedur Pemerintah (X_1), Kondisi Sosial Ekonomi dan Bisnis (X_2), Keterampilan Kewirausahaan dan Bisnis (X_3), Bantuan Keuangan (X_4), dan Bantuan Non-	1. Secara parsial, variabel kondisi sosial ekonomi dan bisnis, ketrampilan kewirausahaan dan bisnis, dan bantuan keuangan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan wirausaha, sedangkan variabel kebijakan dan prosedur pemerintah, dan bantuan non keuangan berpengaruh negatif terhadap pertumbuhan wirausaha di Kabupaten Sleman. 2. Pada penelitian ini, variabel ketrampilan dan kewirausahaan yang paling dominan mempengaruhi

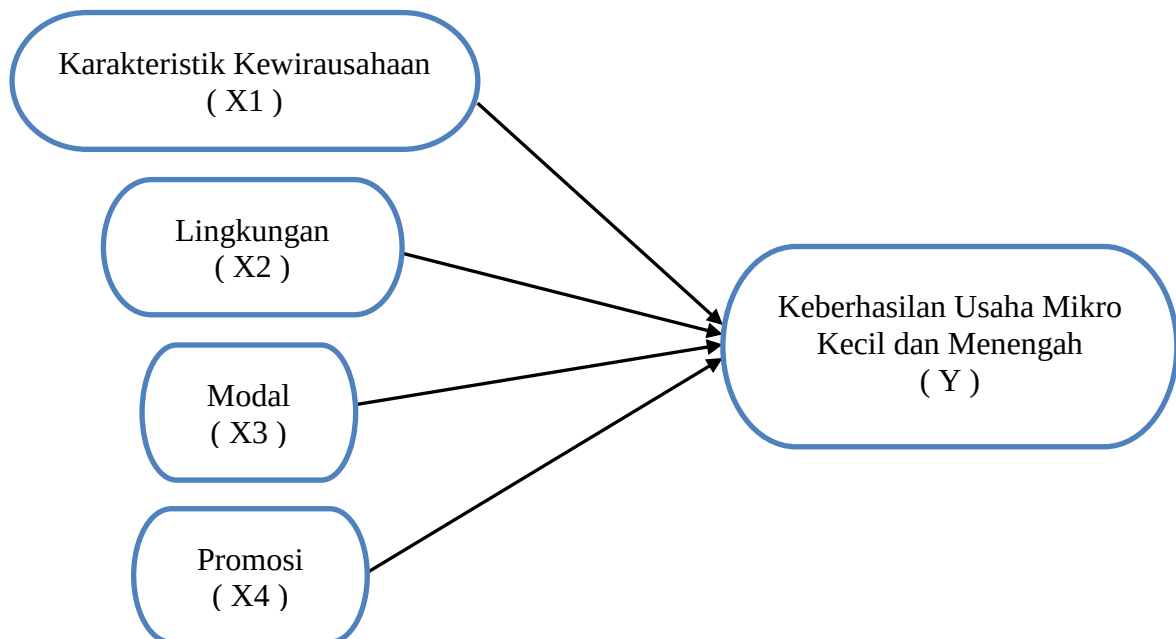
			Keuangan (X_5)	pertumbuhan wirausaha di Kabupaten Sleman.
2	Lies Indriyatni (2013)	Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro dan Kecil	Modal Kerja (X_1), Kemampuan (X_2), Lokasi Usaha (X_3)	Secara simultan, faktor variabel modal kerja, kemampuan dan lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil di wilayah Semarang Barat.
3	Aris Wijanarko dan Ihwan Susila (2016)	Faktor Kunci Keberhasilan UMKM Kreatif	Promosi (X_1), Branding (X_2), Minat Berwirausaha (X_3), Jaringan Usaha (X_4)	Promosi, branding, minat berwirausaha, dan jaringan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha mikro kecil dan menengah kreatif.
4	Rio Iman Luther Ginting (2017)	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kelurahan Karang Berombak Medan	Pengetahuan Kewirausahaan (X_1), Karakteristik Kewirausahaan (X_2)	1. Pengetahuan kewirausahaan, dan karakteristik kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha kecil menengah di Kelurahan Karang Berombak Medan. 2. Secara parsial, variabel pengetahuan kewirausahaan mempunyai pengaruh lebih dominan terhadap Keberhasilan Usaha Wirausaha Mikro di Kelurahan Karang Berombak Medan.
5	Nursalina (2018)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Makassar	Minat Berwirausaha (X_1), Jaringan Usaha (X_2), Merek (X_3), Promosi (X_4)	1. Minat berwirausaha, jaringan usaha, merek, dan promosi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar. 2. Pada penelitian ini, variabel promosi yang paling dominan mempengaruhi keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif di Kota Makassar.

6	Desi Fitrianningsih (2019)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Kecil Menengah (UKM) Tahu di Kecamatan Grogol	Motivasi (X_1), Inovasi Produk (X_2), Kemampuan Usaha (X_3)	Motivasi, inovasi produk dan kemampuan usaha mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha kecil menengah tahu di Kecamatan Grogol.
---	----------------------------	--	---	--

Sumber : Data sekunder diolah, 2021

C. Kerangka Pikir

Alur pikir atau kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting (Sugiyono, 2014).



Gambar 2. Kerangka Pikir

D. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan atau dugaan yang bersifat sementara terhadap suatu masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah (belum tentu kebenarannya) sehingga harus diuji secara empiris.

Berdasarkan rumusan masalah diatas, diajukan hipotesis penelitian yaitu :

1. Pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha.

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Rio Iman Luther Ginting (2017) menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan Usaha Kecil Menengah di Kelurahan Karang Berombak Medan.

H1 : Karakteristik Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Toko Tazkya di Kelurahan Jeruksawit Karanganyar.

2. Pengaruh lingkungan terhadap keberhasilan usaha.

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Lies Indriyatni (2013) menunjukkan bahwa lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan Usaha Mikro dan Kecil di wilayah Semarang Barat.

H2 : Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Toko Tazkya di Kelurahan Jeruksawit Karanganyar.

3. Pengaruh modal terhadap keberhasilan usaha.

Berdasarkan penelitian terdahulu Lies Indriyatni (2013) menunjukkan

bahwa modal kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan Usaha Mikro dan Kecil di wilayah Semarang Barat.

H3 : Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Toko Tazkya di Kelurahan Jeruksawit Karanganyar.

4. Pengaruh promosi terhadap keberhasilan usaha.

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Aris Wijanarko dan Ihwan Susila (2016) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM kreatif. Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Nursalina (2018) juga menunjukkan bahwa promosi yang paling dominan mempengaruhi keberhasilan Usaha Mikro Kecil berbasis ekonomi kreatif di Kota Makassar.

H4 : Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Toko Tazkya di Kelurahan Jeruksawit Karanganyar.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan diatas mengenai variabel karakteristik kewirausahaan, lingkungan, modal dan promosi terhadap keberhasilan usaha pada Toko Tazkya di Kelurahan Jeruksawit, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Karakteristik Kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Tazkya di Kelurahan Jeruksawit.
2. Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Tazkya di Kelurahan Jeruksawit.
3. Modal berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Tazkya di Kelurahan Jeruksawit.
4. Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Tazkya di Kelurahan Jeruksawit.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian diatas maka saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut :

1. Lingkungan pada Toko Tazkya di Kelurahan Jeruksawit sudah cukup baik. Akan lebih baik lagi jika lingkungan usaha dapat dikondisikan agar kondusif bagi UMKM. Dalam hal ini wirausahawan harus dapat beradaptasi dengan segala keadaan lingkungan usaha dengan terus-menerus menyusun strategi yang tepat dalam perubahan lingkungan yang cepat.
2. Modal pada Toko Tazkya di Kelurahan Jeruksawit termasuk stabil dan baik. Tidak hanya mengandalkan modal pribadi saja, tetapi modal dari luar pun tetap mengalir. Modal eksternal tersebut misalnya berasal dari teman atau relasi yang sependapat dan memiliki satu tujuan bersama.
3. Promosi pada Toko Tazkya di Kelurahan Jeruksawit perlu ditingkatkan dan dikembangkan. Cara yang dapat dilakukan diantara lain, promosi yang efektif di media sosial, dan bias juga menggunakan jasa periklanan agar Toko Tazkya lebih banyak dikenal orang.
4. Karakteristik Kewirausahaan pada Toko Tazkya di Kelurahan Jeruksawit harus dikembangkan dan ditingkatkan. Pengembangan atau peningkatan karakteristik dapat dilakukan dengan menumbuhkan jiwa kepemimpinan, mengikuti seminar (*workshop*) untuk menambah wawasan, mempunyai semangat untuk berevaluasi dan terus maju.
5. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan objek penelitian yang lebih luas dan bervariasi. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya empat variabel, sehingga pada penelitian berikutnya harus menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, S. P., Mulyadi, H., & Widjajanto, B. (2018). Keterampilan Wirausaha Untuk Keberhasilan Usaha. *Journal of Business Management Education*, 3(3), 111–122.
https://www.fairportlibrary.org/images/files/RenovationProject/Concept_cost_estimate_accepted_031914.pdf
- Almaidah, S., & Endarwati, T. (2019). Analisis pengaruh karakteristik wirausaha, modal, motivasi, pengalaman, dan kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha pada UKM penghasil mete di kabupaten wonogiri. *Seminar Nasional Edusainstek FMIPA UNIMMUS*, 111–124.
- Fahmi, Irham. (2013). *Kewirausahaan Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam, 2009, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Vol.100-125.
- Haryani, S. (2017). Pengaruh Lingkungan Kewirausahaan Terhadap Pengembangan Wirausaha Di Kabupaten Sleman. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 1(1), 24. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2017.v1.i1.1841>
- Indarto, I., & Santoso, D. (2020). Karakteristik Wirausaha, Karakteristik Usaha Dan Lingkungan Usaha Penentu Kesuksesan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 54.
<https://doi.org/10.26623/jreb.v13i1.2202>
- Kartika Putri, Dkk, *Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Modal Usaha, Dan Peran Business Development Service Terhadap Pengembangan Usaha*, (Universitas Diponegoro : *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*)
- Noor, Henry Faizal. (2007). *Ekonomi Manajerial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Norma Utami, Evi (2013). *PENGARUH PERILAKU KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA: Studi Kasus pada Pengusaha Boneka di Sentra Boneka Sukamulya Bandung*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Nurhasanah, & Ekasari, N. (2020). Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Perabot Rumah Tangga di Kecamatan Jambi Timur Kota Jambi. *Jurnal Sains Sosiohumaniora*, 38–56.
- Ramadhani, A. R. (2021). Pengaruh Lingkungan Wirausahawan dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2016-2018). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 5(1), 38. <https://doi.org/10.24269/iso.v5i1.545>
- Sari Juliasti (2009), *Cerdas Mendapatkan Dan Mengelola Modal Usaha*, (Jakarta: PT Persero, 2009) Hlm. 4
- Setiawan, I., & Harmon, H. (2017). Bisnis Olah Raga: Peran Bauran Pemasaran Pada Keberhasilan Usaha. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 3(1), 13. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v3i1.542>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*, (Jakarta: LP3ES, 2012), hal. 11
- Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(2), 146. <https://doi.org/10.30588/jmp.v10i2.712>

Manajemen/Akuntansi (2021). *Buku Pedoman Penulisan SKRIPSI 2021*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIES) : Surakarta.

<https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-promosi/> . Diakses pada 25 Juni 2021

<http://eprints.polsri.ac.id/5042/3/BAB%20%20II.pdf> . Diakses pada 25 Juni 2021

<https://soehari-janto.blogspot.com/2019/08/keberhasilan-usaha.html> . Diakses pada 26 Juni 2021

<http://nugraha0215.blogspot.com/2013/09/konsep-keberhasilan-usaha.html>. Diakses pada 26 Juni 2021

<https://www.bps.go.id/subject/9/industri-besar-dan-sedang.html>. Diakses pada 26 Juni 2021

<https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/02/05/1755/ekonomi-indonesia-2019-tumbuh-5-02-persen.html>. Diakses pada 7 Juli 2021

<https://adoc.pub/queue/bab-ii-tinjauan-pustaka-menurut-undang-undang-no-20-tahun-20.html>. Diakses pada 25 September 2021

<https://dosenpintar.com/teknik-pengumpulan-data/>. Diakses pada 10 Oktober 2021

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Mellisa Putri Rahmawati mahasiswi program studi Strata I Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk menyusun skripsi dengan judul **“PENGARUH KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN, LINGKUNGAN, MODAL DAN PROMOSI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA TOKO TAZKYA DI KELURAHAN JERUKSAWIT KARANGANYAR”** guna memperoleh gelar sarjana (S1). Demi tercapainya hasil penelitian, dimohon ketersediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini secara lengkap dan sebenar-benarnya. Semua informasi atau jawaban yang Anda berikan tidak akan dipublikasikan dan dijamin kerahasiaannya. Setiap jawaban dan informasi yang diperoleh hanya akan digunakan sebagaimana mestinya yaitu hanya sebatas untuk penelitian atau penyelesaian skripsi.

Atas partisipasi serta kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Peneliti

Mellisa Putri Rahmawati
NIM : 18110115

A. IDENTITAS RESPONDEN

Berilah tanda centang (✓) untuk menjawab pertanyaan dibawah ini ;

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3. Usia : ☐ 17-21 tahun ☐ 22-26 tahun
☐ 27-31 tahun ☐ 32-36 tahun
☐ 37-41 tahun ☐ >42 tahun
4. Pekerjaan : ☐ Karyawan/Tenaga Kerja Toko Tazkya
☐ Pelajar/Mahasiswa ☐ Ibu Rumah Tangga
☐ Pegawai Negeri ☐ Karyawan Swasta
☐ Lainnya :
5. Kriteria : ☐ Karyawan/Tenaga Kerja Toko Tazkya
☐ Masyarakat
6. Pernah melakukan pembelian / belanja di Toko Tazkya (minimal 2 kali) :
☐ Ya, Pernah ☐ Tidak, Belum pernah

B. PERTANYAAN PENELITIAN

Bagi responden dengan kriteria sebagai karyawan atau tenaga kerja Toko Tazkya dimohon untuk mengisi dan menjawab semua pertanyaan.

Bagi responden dengan kriteria sebagai masyarakat dimohon mengisi tabel ke-2 dengan judul lingkungan hanya nomor 2 dan tabel ke-4 dengan judul promosi nomor 1 sampai 4.

Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Bapak/Ibu/Saudara/i dengan memberikan tanda centang (✓) pada kolom jawaban yang tersedia.

Keterangan kolom jawaban : 1. STS = Sangat Tidak Setuju

2. TS = Tidak Setuju

3. N = Netral

4. S = Setuju

5. SS = Sangat Setuju

1. Karakteristik Kewirausahaan (X1)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Membuat perencanaan usaha untuk menentukan visi, misi dan tujuan kedepannya.					
2	Ilmu pengetahuan dan <i>skill</i> atau kemampuan kewirausahaan dapat berpengaruh besar terhadap kemajuan usaha.					

3	Keyakinan dan kepercayaan diri dibutuhkan dalam menjalankan usaha.					
4	Berani manghadapi resiko atas setiap usaha yang sedang dilakukan					
5	Mampu berinteraksi dan bersosialisasi dengan orang lain.					
6	Pentingnya hubungan baik antara pemimpin dan karyawan untuk mencapai tujuan sebuah usaha.					

2. Lingkungan (X2)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Melakukan analisis lingkungan untuk menentukan lokasi dalam memulai sebuah usaha.					
2	Banyaknya akses transportasi menuju lokasi usaha (toko).					
3	Mampu membuat estimasi biaya lokasi yang terjangkau.					

3. Modal (X3)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Mampu mengelola dan mengatur perputaran modal dengan baik.					
2	Memiliki modal untuk memulai usaha.					
3	Menjalin relasi dengan beberapa pemilik modal dan menerima modal dari luar.					

4. Promosi (X4)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Memberikan kupon atau <i>voucher</i> belanja dengan beberapa syarat seperti pemberlakuan minimal transaksi.					
2	Adanya diskon atau penurunan harga produk/barang.					
3	Dapat menyajikan sampel atau <i>tester</i> dari produk/barang yang dijual.					
4	Kesediaan dalam memberikan informasi dan pengalaman belanja di Toko Tazkya.					

5. Keberhasilan Usaha (Y)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Mempunyai prinsip yang kuat dan yakin akan sukses dalam berwirausaha.					
2	Tempat yang strategis dan lingkungan sekitar yang kondusif					
3	Promosi yang sesuai target pemasaran.					
4	Tenaga kerja atau karyawan yang profesional dapat menunjang keberhasilan usaha.					