

LAPORAN BEBAN KERJA DOSEN SEMESTER GASAL 2020/ 2021

LAPORAN HASIL PENELITIAN

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERHASILAN USAHA PADA
UKM INDUSTRI KREATIF DI KAWASAN PERKAMPUNGAN INDUSTRI KECIL
(PIK) PULOGADUNG**



**Peneliti :
Sumari, S.E, M.M**

NIDN : 0330035901

**PUSAT PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA Y.A.I
JAKARTA
2021**

**LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN LAPORAN PENELITIAN
DOSEN FEB UPI Y.A.I**

Tahun : 2020/2021

1. Judul Penelitian :
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEBERHASILAN USAHA PADA UKM
INDUSTRI KREATIF DI KAWASAN
PERKAMPUNGAN INDUSTRI KECIL (PIK)
PULOGADUNG

2. Bidang Ilmu : Ekonomi

3. Kategori Penelitian : Mandiri

4. Peneliti

a. Nama Lengkap : Sumari.S.E.,M.M.

b. Jenis Kelamin : Laki-laki

c. Golongan Pangkat : Lektor

d. Jabatan Fungsional : Dosen Tetap FEB UPI Y.A.I

e. Jurusan : Manajemen

f. Pusat Pengabdian : LPPM FEB UPI Y.A.I

5. Lokasi Penelitian : Jakarta

6. Kerjasama dengan institusi lain

a. Nama Institusi : P3M UPI Y.A.I.

b. Alamat : Jl. P. Diponegoro 74 Jakarta Pusat

c. Telepon/Fax/E-mail : (021) 3926000

7. Lama Penelitian : 4 Bulan (Maret - Juni 2021)

8. Biaya yang diperlukan :

a. Sumber dari Y.A.I :

b. Sumber dari FEB UPI Y.A.I :

c. Sumber (Mandiri) : Rp 4.000.000,-

Jumlah : Rp 4.000.000,-

Menyetujui
LPPM FEB UPI Y.A.I



Dr. Abdullah Muksin, M.M.
Kepala Unit

Jakarta , Juli 2021
Peneliti,



Sumari, S.E, M.M
NIDN : 0330035901

Mengetahui,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPI YAI



Dr. Marhalinda, S.E. M.M
D e k a n

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT,yang telah memberikan berkat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan hasil penelitian dengan judul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERHASILAN USAHA PADA UKM INDUSTRI KREATIF DI KAWASAN PERKAMPUNGAN INDUSTRI KECIL (PIK) PULOGADUNG”.

Penulis menyadari bahwa laporan hasil penelitian ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan ilmu yang penulis miliki. Dalam penulisan laporan hasil penelitian ini dapat dijadikan motivasi bagi para dosen untuk lebih banyak melakukan penelitian ilmiah sebagai tugas pokok “ Tridharma Perguruan Tinggi “ dalam rangka meningkatkan bidang penelitian sebagai syarat untuk memenuhi Beban Kerja Dosen (BKD) dan untuk syarat mengajukan jenjang kepangkatan akademik.

Satu hal yang tidak dapat penulis abaikan adalah, bantuan serta dorongan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Pimpinan beserta staff, dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Persada Indonesia Y.A.I
2. Kepada seluruh teman-teman dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Persada Indonesia Y.A.I yang banyak memberikan kritik dan saran terhadap hasil penelitian ini.
3. Terima kasih kepada pimpinan Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulo gadung-Jakarta.
4. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan penulisan laporan hasil penelitian ini. Semoga laporan

hasil penelitian ini berguna bagi pembaca pada umumnya dan semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan hidayahNya kepada kita semua. Aamiin.

Jakarta, Juli 2021

Penulis,

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERHASILAN USAHA PADA UKM INDUSTRI KREATIF DI KAWASAN PERKAMPUNGAN INDUSTRI KECIL (PIK) PULOGADUNG

Oleh:

Sumari

NIDN : 0330035901

**Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Universitas Persada Indonesia Y.A.I**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung. Jenis penelitian ini adalah kausal komparatif. Adapun variabel yang dihubungkan dalam variabel ini adalah variabel Inovasi Produk (X1), Lokasi Usaha (X2), Kebijakan Pemerintah (X3), dan Keberhasilan Usaha (Y). Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden penelitian melalui kuesioner, wawancara, observasi, dan data sekunder yang diperoleh dari Unit Pengelola Kawasan Pusat Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah serta Permukiman Pulogadung (UPK PPUKMP Pulogadung). Penelitian ini menggunakan sampel 69 pelaku usaha di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung. Hasil yang didapat dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan Inovasi Produk, Lokasi Usaha, dan Kebijakan Pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung. Secara parsial menunjukkan bahwa Inovasi Produk, Lokasi Usaha, dan Kebijakan Pemerintah berpengaruh positif dan signifikan.

Kata Kunci : Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN	II
KATA PENGANTAR	III
ABSTRAKSI	IV
DAFTAR ISI	V
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	
A. Tinjauan Teori.....	11
1. Keberhasilan Usaha	11
a. Pengertian Keberhasilan Usaha.....	11
b. Dimensi dan Indikator Keberhasilan Usaha	13
c. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keberhasilan Usaha.....	15
d. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kegagalan Usaha	20
e. Kesimpulan	33
2. Inovasi Produk.....	34

a.	Pengertian Inovasi Produk	34
b.	Dimensi dan Indikator Inovasi Produk	36
c.	Karakteristik Inovasi Produk	38
d.	Kesimpulan	40
3.	Lokasi Usaha	40
a.	Pengertian Lokasi Usaha	40
b.	Dimensi dan Indikator Penentuan Lokasi Usaha	41
c.	Faktor-Faktor yang Memengaruhi Daya Tarik Lokasi	42
d.	Urgensi Penentuan Lokasi Usaha	44
e.	Kesimpulan	46
4.	Kebijakan Pemerintah	46
a.	Pengertian Kebijakan Pemerintah	46
b.	Bentuk dan Dukungan Pemerintah Terhadap Usaha Kecil dan Menengah (UKM)	48
c.	Kesimpulan	53
B.	Penelitian Terdahulu	53
C.	Kerangka Pemikiran	55
D.	Hipotesis	56

BAB II METODOLOGI PENELITIAN

A.	Metode Penelitian	57
B.	Operasional Variabel	58
1.	Variabel Terikat	58
a.	Keberhasilan Usaha (Y)	58
2.	Variabel Bebas	60

a.	Inovasi Produk (X_1)	60
b.	Lokasi Usaha (X_2)	61
c.	Kebijakan Pemerintah (X_3).....	62
C.	Objek Penelitian.....	64
D.	Populasi dan Sampel.....	64
1.	Populasi.....	64
2.	Sampel	64
E.	Jenis, Sumber, dan Metode Pengumpulan Data.....	65
1.	Jenis Data	65
2.	Sumber Data	66
a.	Data Primer (<i>Primary Data</i>).....	66
b.	Data Sekunder (<i>Secondary Data</i>)	66
3.	Metode Pengumpulan Data.....	66
a.	Metode Survei (<i>Survey Methods</i>).....	66
1)	Kuesioner (<i>Questionnaires</i>)	67
b.	Metode Observasi (<i>Observation Methods</i>).....	68
1)	Observasi Langsung	68
F.	Rancangan Analisis	68
1.	Uji Kualitas Data	68
a.	Validitas.....	69
b.	Reliabilitas.....	70
2.	Uji Asumsi Klasik.....	71
a.	Uji Normalitas	71
b.	Uji Multikolinearitas	72
c.	Uji Heteroskedastisitas.....	72

3. Uji Analisis Data	73
a. Analisis Koefisien Korelasi Parsial	73
b. Analisis Koefisien Korelasi Berganda.....	73
c. Analisis Koefisien Determinan atau Penentu.....	74
d. Analisis Regresi Linear Berganda	75
4. Uji Hipotesis	76
a. Uji Signifikan Parsial (Uji T).....	76
b. Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	77

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung.....	79
1. Sejarah Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung	79
B. Analisis Data.....	80
1. Karakteristik Responden.....	80
C. Deskripsi Data Penelitian	83
D. Analisis Uji Kualitas Data	124
1. Uji Validitas.....	124
2. Uji Reliabilitas.....	127
E. Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian	129
1. Uji Asumsi Klasik.....	129
a. Uji Normalitas.....	129
b. Uji Multikolinearitas	134
c. Uji Heteroskedastisitas.....	135
2. Analisis Pengujian Data.....	137

a.	Analisis Koefisien Korelasi Parsial	137
b.	Analisis Koefisien Korelasi Berganda.....	140
c.	Analisis Koefisien Determinan atau Penentu	141
d.	Analisis Regresi Linear Berganda	142
3.	Uji Hipotesis	145
a.	Uji Signifikan Parsial (Uji T).....	145
b.	Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	148
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
A.	Kesimpulan	150
B.	Saran	151
DAFTAR PUSTAKA		153
LAMPIRAN		158

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Terciptanya rakyat yang adil dan makmur merupakan salah satu tujuan dan cita-cita negara Indonesia, sebagaimana termaktub dalam preambule Undang-Undang Dasar 1945. Sebagai upaya untuk mencapai tujuan negara tersebut, kemudian disusunlah berbagai kerangka pembangunan ekonomi nasional yang berlandaskan atas demokrasi ekonomi, yakni suatu prinsip dasar yang menghendaki pembangunan ekonomi disertai dengan pemerataan. Salah satu bentuk konkret dari upaya menghadirkan pembangunan ekonomi yang berkeadilan dan terdistribusi tersebut adalah dengan dilakukannya pemberdayaan usaha kecil dan menengah oleh pemerintah.

Usaha kecil dan menengah saat ini menyumbang persentase kontribusi yang tidak kecil bagi pertumbuhan ekonomi di berbagai negara, mulai dari negara berkembang hingga negara maju. Selain itu, di Indonesia sendiri UKM merupakan salah satu sektor andalan yang diharapkan dapat optimal dalam penyerapan angkatan kerja untuk mengurangi angka pengangguran.

Berdasar atas data Badan Pusat Statistik, jumlah UKM meningkat dengan masif pada dekade ini. Di Indonesia, kehadiran program-program yang mendorong perkembangan UKM telah dilakukan sejak cukup lama, bahkan sejak era orde baru. Namun demikian, apabila dibandingkan dengan UKM negara maju, UKM di Indonesia masih memiliki banyak kelemahan dalam berbagai hal, salah satu diantaranya yakni proses produksi yang masih dilakukan dengan teknologi rendah.

Tingginya peran UKM terhadap perekonomian tidak terlepas dari keberadaan UKM di DKI Jakarta, yakni sebagai salah satu tolak ukur dari eksistensi UKM di seluruh Indonesia. Salah satu kawasan UKM di DKI Jakarta yang didorong secara langsung oleh pemerintah (baik pusat maupun daerah) adalah Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung. Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dikenal sebagai salah satu pusat pengembangan usaha kecil dan menengah di Provinsi DKI Jakarta. Perkampungan Industri Kecil (PIK) memiliki konsep mengombinasikan sarana kerja dan hunian UKM sebagai upaya efisiensi pada proses produksinya.

Berdasar atas data Unit Pengelola Kawasan Pusat Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah serta Permukiman (UPK PPUKMP) Pulogadung tahun 2021 terdapat sebanyak 926 pelaku usaha kecil dan menengah, yakni terdiri dari 357 pelaku usaha konveksi, 19 pelaku usaha garmen, 50 pelaku usaha pakaian jadi, 5 pelaku usaha sepatu, 4 pelaku usaha tas, dan sisanya bergerak dalam bidang usaha lainnya.

Setiap pelaku usaha, termasuk para pengusaha UKM dalam mengemban usaha yang dimilikinya telah tentu memiliki satu tujuan akhir yang sama, yakni keberhasilan usaha. Secara sederhana keberhasilan usaha dapat dipahami sebagaimana yang dikemukakan oleh Henry Faizal Noor (2007), 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” (hlm 397).

Sedikit berlainan dengan pendapat Henry Faizal Noor, Ranto (2007:23) sehubungan dengan keberhasilan usaha mengungkapkan bahwa:

Keberhasilan berusaha tidak dapat dinilai hanya dari seberapa berhasilnya seseorang mengumpulkan uang atau harta kemudian menjadi kaya, karena pada dasarnya kekayaan dapat diperoleh dengan melakukan berbagai cara sehingga menghasilkan nilai tambah. Keberhasilan berusaha lebih dilihat dari cara seseorang dapat membentuk, mendirikan, serta menjalankan suatu usaha yang pada awal mulanya tidak berbentuk, tidak berjalan, atau bahkan tidak ada. Besar kecilnya ukuran suatu usaha jika dimulai dari nol kemudian dapat berjalan dengan baik dan bertahan dengan seiring waktu, maka nilai berusaha tersebut jelas lebih berharga dibandingkan dengan perusahaan besar yang diawali dengan fasilitas yang memadai dan teknologi yang canggih.

Dari dua pendapat tersebut, dapat dipahami bahwa sesungguhnya keberhasilan usaha pada hakikatnya tidak selalu bertumpu pada indikator pendapatan, bahwa definisi dari keberhasilan usaha itu sendiri bergantung pada tujuan privat dari wirausahawan yang bersangkutan. Dalam kajian ilmu ekonomi dikemukakan bahwa motif manusia dalam melakukan tindakan ekonomi adalah berbeda-beda, dalam fase

tertentu bahkan tujuan dan motif ekonomi itu sendiri sejatinya telah melebur dan tergantikan oleh motif-motif lain, yang pada akhirnya berpuncak pada motif sosial. Maka, sesungguhnya makna keberhasilan usaha tidaklah cukup apabila dinilai sebatas peningkatan grafik penjualan atau presentase profit yang terus bergerak naik. Keberhasilan dalam mempertahankan keberlangsungan bisnis melalui berbagai macam kondisi pasar dan sosial, dibarengi dengan perhitungan akan skala usaha juga dapat dikategorikan sebagai sebuah keberhasilan.

Suryana (2008) mengemukakan bahwa “Keberhasilan usaha dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah adanya kemampuan dan kemauan dari dalam diri, memiliki tekad yang kuat dan mau bekerja keras, memiliki ketepatan dan pandai memanfaatkan peluang yang ada” (hlm 67).

Sehubungan dengan objek penelitian yang diangkat dalam penulisan ini, penulis berpendapat bahwa keberhasilan usaha pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung ini akan lebih akurat apabila didekati dengan tiga faktor pembangun keberhasilan usaha, yakni: Inovasi produk, lokasi usaha, dan kebijakan pemerintah.

Penulis berpandangan bahwa inovasi produk dapat membawa pengaruh terhadap keberhasilan usaha pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung. Nasution dalam Bunga Aditi (2018), mengemukakan bahwa:

“Inovasi produk didefinisikan sebagai produk atau jasa baru yang diperkenalkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan pasar. Lebih lanjut dapat didefinisikan sebagai proses memperkenalkan teknologi baru untuk digunakan. Hasil dari proses ini berupa pengenalan barang dan jasa baru yang dapat digunakan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan” (hlm 42-43).

Kemudian faktor kedua yang mungkin memengaruhi keberhasilan usaha UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung adalah lokasi usaha. Menurut Haming dan Nurnajamuddin (2007), “Lokasi perusahaan merupakan kunci bagi efisiensi dan efektifitas keberlangsungan perusahaan jangka panjang” (hlm 47).

Lokasi usaha merupakan salah satu hal utama yang perlu dipertimbangkan oleh para pelaku usaha. Penentuan lokasi usaha yang strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Dalam memilih lokasi usahanya, pemilik lokasi usaha harus mengetahui dan mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi, karena pemilihan lokasi usaha yang tepat sangat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha itu sendiri.

Faktor ketiga yang mungkin membawa implikasi terhadap keberhasilan usaha pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung adalah kebijakan pemerintah. Nurcholis (2007) berpendapat bahwa:

“Kebijakan sebagai keputusan suatu organisasi yang dimaksudkan untuk mencapai tujuan tertentu, berisikan ketentuan-ketentuan yang dapat dijadikan pedoman perilaku dalam hal pengambilan keputusan lebih lanjut, yang harus dilakukan baik kelompok sasaran ataupun (unit organisasi pelaksanaan kebijakan) dan penerapan atau pelaksanaan dari suatu kebijakan yang telah

ditetapkan baik dalam hubungan dengan (unit) organisasi pelaksana maupun dengan kelompok sasaran yang dimaksudkan” (hlm 263).

Kebijakan pemerintah dapat pula berpeluang memengaruhi keberhasilan usaha, hal ini relevan mengingat sehubungan dengan UKM di Indonesia, pemerintah sangatlah mendorong kemajuan UKM melalui pemberdayaan, pemodalan, penyediaan tempat, dan lain sebagainya.

Berdasarkan tinjauan sebagaimana terjabar di atas, maka penulis merasa terpanggil untuk melakukan pendalaman dan kajian sehubungan dengan keberhasilan usaha pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung, yakni terkhusus pada UKM yang bergerak di bidang garmen dan pakaian jadi. Untuk itu penulis dalam penelitian ini hendak mengangkat judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERHASILAN USAHA PADA UKM INDUSTRI KREATIF DI KAWASAN PERKAMPUNGAN INDUSTRI KECIL (PIK) PULOGADUNG”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah di atas, maka penulis mengidentifikasi terdapat sejumlah masalah, yakni sebagai berikut:

1. Inovasi produk memengaruhi keberhasilan usaha;
2. Lokasi usaha memengaruhi keberhasilan usaha;

3. Kebijakan pemerintah memengaruhi keberhasilan usaha.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan Identifikasi masalah di atas, ternyata terdapat banyak faktor yang dapat memengaruhi keberhasilan usaha. Sebagai salah satu upaya memfokuskan penulisan agar tidak melebar dari hasil yang diharapkan, maka penulis melakukan pembatasan masalah. Penelitian ini berfokus pada permasalahan Inovasi Produk (X_1), Lokasi Usaha (X_2), dan Kebijakan Pemerintah (X_3), terhadap Keberhasilan Usaha (Y) pada pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah disebutkan di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh inovasi produk terhadap keberhasilan usaha pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung?
2. Seberapa besar pengaruh lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung?
3. Seberapa besar pengaruh kebijakan pemerintah terhadap keberhasilan usaha pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung?

4. Seberapa besar pengaruh inovasi produk, lokasi usaha, dan kebijakan pemerintah secara kolektif terhadap keberhasilan usaha pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi produk terhadap keberhasilan usaha pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kebijakan pemerintah terhadap keberhasilan usaha pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi produk, lokasi usaha, dan kebijakan pemerintah secara kolektif terhadap keberhasilan usaha pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pengusaha

Untuk memberikan sumbangsih pemikiran kepada para wirausahawan, khususnya terkait dengan topik bahasan yang diangkat dalam penelitian ini. Diharapkan pula dengan hadirnya peneitian ini, para wirausahawan dapat memperluas perspektifnya seputar peluang baru guna meningkatkan keberhasilan usaha yang sedang dijalankannya.

2. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat diposisikan sebagai pedoman atau sekedar referensi bagi para mahasiswa apabila kedepannya di kemudian hari hendak diselenggarakan penelitian dengan pokok permasalahan serupa.

3. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan teoritis dan keterampilan praktis penulis seputar hal-hal yang memengaruhi keberhasilan usaha, sehingga dapat meghubungan dan mengaplikasikan teori yang diperoleh di ranah formal perkuliahan degan praktik nyatanya yang terpapar di lapangan.

4. Bagi Universitas Persada Indonesia Y.A.I

Bentuk manfaat bagi Universitas Persada Indonesia Y.A.I dari dislenggarakannya penelitian ini adalah dapat ditujukan sebagai penambah kekayaan kepustakaan universitas, baik untuk digunakan secara pasif maupun diimplementasikan secara aktif.

Bahwa diharapkan kedepannya sumbangsih pemikiran ini dapat dijadikan satu sumbangsih kecil dari berbagai sumbangsih besar yang diberikan Universitas Persada Indonesia Y.A.I untuk khalayak luas.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Teori

1. Keberhasilan Usaha

a. Pengertian Keberhasilan Usaha

Orientasi pelaku usaha atau wirausahawan dalam segala perencanaan serta tindakannya memiliki tujuan untuk menciptakan suatu keberhasilan usaha. Tetapi tidak dapat dipungkiri bahwa keberhasilan usaha dapat tercapai begitu saja, itu semua harus melalui berbagai tantangan dan hambatan. Wirausahawan harus dapat mengembangkan dan juga meningkatkan sumber daya yang ada, agar mampu bersaing dengan pelaku usaha lain serta mempertahankan keberlangsungan usahanya dalam era globalisasi yang tidak pasti.

Keberhasilan usaha dapat dinilai ketika suatu usaha atau perusahaan berhasil mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan. Tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan oleh suatu usaha atau perusahaan tersebut adalah dengan adanya peningkatan pendapatan, meningkatnya produktivitas usaha,

daya saing yang tinggi, serta memiliki citra yang baik di mata para pelanggan.

Suryana (2011:66) mengungkapkan bahwa untuk menjadi seorang wirausaha yang berhasil harus memiliki ide yang kreatif dan inovatif, visi bisnis yang jelas, kemudian harus memiliki niat atau kemauan dari dalam diri, serta keberanian untuk mengambil risiko baik dalam bentuk waktu maupun uang.

Pada umumnya seorang wirausaha dapat meraih keberhasilan atau kesuksesan dengan memiliki kompetensi, yakni seseorang yang memiliki ilmu pengetahuan, keterampilan, kemampuan, kemauan, dan kualitas diri untuk melaksanakan pekerjaan atau kegiatan dengan baik (Suryana, 2010:4).

Dan berikut ini merupakan beberapa pengertian keberhasilan usaha yang penulis kutip dari beberapa ahli, yaitu: Ina Primiana (2009) berpendapat bahwa “Keberhasilan usaha adalah permodalan sudah terpenuhi, penyaluran yang produktif, dan tercapainya tujuan organisasi” (hlm 49).

Moch. Kohar Mudzakar dalam Ressa Andari (2011) berpendapat bahwa “Keberhasilan usaha adalah sesuatu keadaan yang menggambarkan lebih daripada yang lainnya yang sederajat/ sekelasnya” (hlm 21).

Henry Faizal Noor (2007) mengatakan 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” (hlm 397).

b. Dimensi dan Indikator Keberhasilan Usaha

Beberapa indikator dalam menentukan keberhasilan usaha menurut Riyanti (2003:28) sebagai berikut:

- 1) Peningkatan dalam akumulasi modal atau peningkatan modal;
- 2) Jumlah produksi;
- 3) Jumlah pelanggan;
- 4) Perluasan usaha;
- 5) Perluasan daerah pemasaran;
- 6) Perbaikan sarana fisik;
- 7) Pendapatan usaha.

Kemudian terdapat beberapa indikator dalam menentukan keberhasilan usaha menurut Henry Faizal Noor (2007:397) adalah sebagai berikut:

- 1) Laba (*Profitability*)

Laba merupakan tujuan utama dari bisnis. Laba usaha adalah selisih antara pendapatan dengan biaya.

- 2) Produktivitas dan Efisiensi

Besar kecilnya produktivitas suatu usaha akan

menentukan besar kecilnya produksi. Hal ini akan memengaruhi besar kecilnya penjualan dan pada akhirnya menentukan besar kecilnya pendapatan, sehingga memengaruhi besar kecilnya laba yang diperoleh.

3) Daya Saing

Daya saing adalah kemampuan atau ketangguhan dalam bersaing untuk merebut perhatian dan loyalitas konsumen. Suatu bisnis dapat dikatakan berhasil, bila dapat mengalahkan pesaing atau paling tidak masih bisa bertahan menghadapi pesaing.

4) Kompetensi dan Etika Usaha

Kompetensi merupakan akumulasi dari pengetahuan, hasil penelitian, dan pengalaman secara kuantitatif maupun kualitatif dalam bidangnya sehingga dapat menghasilkan inovasi sesuai dengan tuntutan zaman.

5) Terbangunnya Citra Baik

Citra baik perusahaan terbagi menjadi dua, yaitu:

a) *Trust Internal*

Trust Internal adalah amanah atau *trust* dari segenap orang yang ada dalam perusahaan.

b) *Trust External*

Trust External adalah timbulnya rasa amanah atau percaya dari segenap *stakeholder* perusahaan, baik itu konsumen, pemasok, pemerintah, maupun masyarakat

luas, bahkan juga pesaing.

Adapaun indikator keberhasilan usaha menurut (Suryana (2003:85) yang terdiri dari:

- 1) Modal;
- 2) Pendapatan;
- 3) Volume penjualan;
- 4) *Output* produksi;
- 5) Tenaga kerja.

c. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keberhasilan Usaha

Menurut Tulus Tambunan (2002:14) faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha dapat diketahui dari dua faktor yaitu:

- 1) Faktor internal, yang terdiri dari:
 - a) Kualitas sumber daya manusia;
 - b) Penguasaan organisasi;
 - c) Struktur organisasi;
 - d) Sistem manajemen;
 - e) Partisipasi;
 - f) Kultur/ budaya bisnis;
 - g) Kekuatan modal;
 - h) Jaringan bisnis dengan pihak luar;
 - i) Tingkat entrepreneurship.

- 2) Faktor eksternal, yang terdiri dari:
 - a) Faktor pemerintah, yang terdiri dari kebijakan ekonomi, birokrat, politik, dan tingkat demokrasi.
 - b) Faktor non pemerintah, yang terdiri dari sistem perekonomian, sosio-kultur budaya masyarakat, sistem perburuhan dan kondisi perburuhan, kondisi infrastruktur, tingkat pendidikan masyarakat, dan lingkungan global.

Menurut Suryana (2010:67) keberhasilan seorang wirausaha ditentukan oleh beberapa faktor, yakni:

- 1) Kemampuan dan kemauan

Orang yang tidak memiliki kemampuan tetapi banyak kemauan dan orang yang memiliki kemauan tetapi tidak memiliki kemampuan, keduanya tidak akan menjadi wirausaha yang sukses.

- 2) Tekad yang kuat dan kerja keras

Orang yang tidak memiliki tekad yang kuat tetapi mau bekerja keras dan orang yang suka bekerja keras tetapi tidak memiliki tekad yang kuat, keduanya tidak akan menjadi wirausaha yang sukses.

- 3) Mengenal peluang yang ada dan berusaha meraihnya ketika ada kesempatan

Faktor fisik penunjang keberhasilan usaha menurut Jamil Latief (2017:128-130) sebagai berikut:

1) Faktor Manusia

Faktor manusia merupakan faktor utama dalam mencapai keberhasilan sebab tanpa ada yang menjalankan maka peralatan yang canggih sekalipun tidak akan berguna. Tetapi bukan berarti jika ada manusia yang menjalankan maka segala sesuatu akan beres. Bayangkan saja jika manusia tersebut malas, tidak mau berusaha dan tidak memiliki kemampuan apa-apa.

2) Faktor Keuangan

Faktor keuangan merupakan faktor penunjang dan pendukung keberhasilan dalam berwirausaha. Faktor keuangan juga penting sebab tanpa adanya uang, usaha tidak akan mampu berjalan. Sesuatu yang penting dan diperhatikan dalam masalah keuangan bukan dalam hal besarnya dana yang dimiliki, tetapi terletak pada kemampuan mengelola keuangan yang ada.

Dana yang besar tanpa pengelolaan yang tepat akan mengakibatkan pemborosan. Sebaliknya dana yang tersedia di tangan pengelola yang handal diterapkan sikap disiplin dan hati-hati dalam mengelolanya. Keuangan perusahaan merupakan salah satu fungsi manajemen di samping produksi, pemasaran dan personalia. Kunci utama

dalam mengelola keuangan adalah administrasi yang rapi, teliti dan tepat.

3) Faktor Organisasi

Dengan adanya organisasi maka sumber daya masuk ke dalam suatu pola, sehingga orang-orang yang bekerja di dalam perusahaan dapat bekerja secara berdaya guna dan berhasil guna untuk mencapai suatu tujuan. Organisasi adalah wadah kegiatan yang ada dan perlu ada, agar tujuan usaha dapat tercapai sesuai dengan harapan.

Fungsi organisasi dalam usaha adalah untuk menetapkan kegiatan yang harus dilaksanakan serta mengelompokkan kegiatan dalam berwirausaha. Sasaran faktor organisasi adalah untuk mendapatkan bentuk kerja sama yang berguna bagi perusahaan.

4) Faktor Perencanaan

Perencanaan usaha berfungsi menentukan dan merumuskan tujuan usaha yang diharapkan. Dengan perencanaan yang matang maka kegiatan usaha yang dilaksanakan dapat terkendali, terukur berhasil tidaknya dan terhindar dari kesalahan. Apabila suatu usaha dilakukan tanpa adanya perencanaan maka usaha tersebut dapat gagal.

5) Faktor Pengelolaan Usaha

Pengelolaan usaha yang baik, akan membantu tercapainya keberhasilan bidang usaha. Pengelolaan usaha akan mencakup banyak hal diantaranya masalah penggunaan dana perusahaan. Pengelolaan usaha yang baik selalu berhubungan dengan pelaksanaan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan, dan pengendaliannya.

6) Faktor Pemasaran

Pemasaran dapat menentukan mati hidupnya perusahaan, akan tetapi kegiatan yang lainnya tidak boleh diabaikan. Pentingnya pemasaran bagi perusahaan yaitu dapat menentukan mengalirnya barang-barang dan jasa ke tangan konsumen secara tepat dan cepat.

7) Faktor Administrasi

Faktor administrasi juga merupakan faktor penunjang tercapainya keberhasilan usaha. Dengan administrasi yang rapi memungkinkan tersimpannya segala catatan atau dokumen penting yang berguna.

8) Faktor Fasilitas Pemerintah

Keberhasilan usaha banyak didukung oleh fasilitas yang diberikan kepada wirausahawan. Fasilitas-fasilitas itu bisa berupa kemudahan dalam mengurus perijinan usaha, pengajuan tambahan modal dan sebagainya.

d. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kegagalan Usaha

Menurut Zimmerer dan Scarborough (2008:39-42) mengemukakan bahwa ada sepuluh kesalahan fatal dalam berwirausaha yang bisa menyebabkan bisnis atau usaha yang sedang dijalankan mengalami kegagalan, yakni:

1) Ketidakmampuan Manajemen

Manajemen yang buruk serta manajer yang tidak memiliki kemampuan untuk menjalankan usahanya dengan baik bisa menjadi penyebab utama kegagalan bisnis. Pemilik perusahaan kurang mempunyai kemampuan kepemimpinan, pertimbangan yang baik, dan pengetahuan yang diperlukan dalam menjalankan bisnis. Hal yang mematikan bisnis biasanya bukanlah ketidakcukupan modal, bakat, atau informasi melainkan sesuatu yang lebih mendasar, yaitu kurangnya penilaian dan pemahaman yang baik.

2) Kurang Pengalaman

Seorang wirausaha perlu memiliki pengalaman dalam bidang yang akan digelutinya, karena hal ini akan memberika pengalaman praktis dan pengetahuan yang lebih dari wirausahaan lain mengenai seluk-beluk bisnis tersebut.

3) Pengendalian Keuangan yang Buruk

Manajemen yang sehat adalah kunci keberhasilan perusahaan, dan manajer yang efektif menyadari bahwa semua keberhasilan bisnis memerlukan kendali keuangan yang layak. Keberhasilan bisnis juga memerlukan modal dalam jumlah yang cukup diawal menjalankannya. Pemilik perusahaan sering kali membuat kesalahan pada awal bisnis dengan hanya “bermodal dengkul”.

4) Lemahnya Usaha Pemasaran

Seorang wirausahawan harus membangun basis pelanggan yang terus berkembang dengan melakukan upaya pemasaran tanpa kenal lelah dan kreatif. Wirausahawan yang kreatif pasti menemukan cara untuk memasarkan bisnis secara efektif kepada pelanggan untuk mencapai target penjualan.

5) Kegagalan Mengembangkan Perencanaan Strategis

Sebuah bisnis perusahaan tanpa strategi yang ditentukan dengan jelas maka akan membuat perusahaan tersebut tidak memiliki dasar yang berkesinambungan untuk menciptakan dan memelihara keunggulan bersaing di pasar. Pembangunan rencana strategis memaksa wirausahawan untuk menilai secara realitis potensi bisnis yang direncanakan.

Apakah produk perusahaan memang diinginkan dan mampu dibeli oleh pelanggan? Siapakah pelanggan-sasarannya? Bagaimana cara bisnis ini menarik dan mempertahankan pelanggan? Apa dasar perusahaan agar dapat melayani kebutuhan pelanggan dengan lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang telah ada.

6) Pertumbuhan Perusahaan yang Tidak Terkendali

Pertumbuhan merupakan sesuatu yang alamiah, sehat dan didambakan oleh semua perusahaan, tetapi pertumbuhan haruslah terencana dan terkendali.

7) Lokasi yang Buruk

Pemilihan lokasi yang tepat, untuk bisnis apapun, merupakan seni dan ilmu. Lokasi perusahaan sering kali dipilih tanpa penelitian, pengamatan, dan perencanaan yang layak. Biasanya wirausahawan memilih lokasi hanya karena ada lahan kosong, padahal pemilihan lokasi adalah denyut jantung kehidupan bisnis yang dimana penjualan sangat dipengaruhi oleh pemilihan lokasi tersebut.

8) Pengendalian Persediaan yang Tidak Tepat

Tingkat persediaan yang tidak mencukupi akan mengakibatkan kekurangan dan kehabisan stok sehingga menyebabkan pelanggan kecewa dan pergi. Fenomena yang sering terjadi adalah bahwa wirausahawan tidak memiliki persediaan dalam jumlah berlebih, tetapi juga

mempunyai terlalu banyak persediaan yang salah jenis.

9) Penetapan Harga yang Tidak Tepat

Penetapan harga yang akan menghasilkan laba berarti bahwa wirausahawan harus memahami besarnya biaya untuk membuat, memasarkan, serta mendistribusikan produk dan jasa perusahaan. Wirausahawan sering kali dengan mudah menetapkan harga berdasarkan harga yang ditetapkan oleh pesaingnya atau berdasarkan ide yang samar-samar “menjual produk terbaik dengan harga terendah”.

Wirausahawan biasanya menetapkan harga terlalu rendah atas produk yang dijualnya. Tahap pertama dalam menetapkan harga yang akurat adalah dengan mengetahui biaya pembuatan atau penyediaan produk dan jasa. Wirausahawan selanjutnya menetapkan harga yang dapat mencerminkan citra perusahaan yang ingin dibangun dan selalu memerhatikan persaingan.

10) Ketidakmampuan Membuat “Transisi Kewirausahaan”

Keberhasilan melewati tahap awal kewirausahaan tidak menjamin kesuksesan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan setelah berdiri, biasanya memerlukan perubahan drastis gaya manajemen, satu hal yang tidak dapat dilakukan dengan baik oleh para wirausahawan.

Faktor lain penyebab kegagalan usaha kecil menurut Machfoedz (2015:96) diantaranya:

- 1) Penetapan harga produk terlalu rendah;
- 2) Estimasi waktu yang kurang tepat untuk membentuk pasar;
- 3) Memulai usaha dengan modal terlalu kecil;
- 4) Memulai usaha dengan modal besar tetapi tidak cermat dalam penggunaan;
- 5) Kurang pengalaman dan tidak memulai dengan mempelajari sesuatu tentang perusahaan;
- 6) Meminjam uang tanpa perencanaan tentang cara dan waktu pengembaliannya;
- 7) Berusaha melakukan terlalu banyak usaha dengan modal yang terlalu kecil;
- 8) Membeli komoditas terlalu banyak dengan cara kredit;
- 9) Menawarkan kredit dengan persyaratan yang terlalu longgar;
- 10) Mengembangkan kredit terlalu cepat;
- 11) Tidak melakukan pencatatan dengan lengkap dan akurat, sehingga terperangkap dalam kesulitan tanpa disadari;
- 12) Membawa sifat pribadi yang boros dalam usaha.

Wirausahawan yang menemui kegagalan jauh lebih banyak daripada mereka yang berhasil. Ada beberapa alasan penyebab kegagalan yang perlu diperhatikan sebagai berikut:

1) Pengalaman manajemen

Mereka kurang mengetahui pemahaman umum tentang pokok-pokok disiplin manajemen, dikarenakan latar belakang ilmu yang berbeda-beda.

2) Perencanaan keuangan

Mereka beranggapan bahwa kecukupan modal bukan faktor penting yang diperlukan untuk usaha mereka.

3) Analisis lokasi

Mereka kurang tepat dalam memilih lokasi untuk memulai usaha.

4) Bersifat boros

Mereka terlalu boros pada saat mereka membuka usaha dengan pengeluaran dana yang seharusnya dapat ditanggihkan.

5) Kebersediaan untuk berkorban

Mereka kurang bersedia dengan pengorbanan.

Menurut Suparyanto (2012:38-68), kelemahan yang paling pokok yang dialami oleh sebagian besar usaha kecil adalah pada aspek manajemen. Beberapa kelemahan umum yang sering terjadi pada aspek manajemen dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1) Kelemahan Aspek Manajemen Pemasaran

a) Hanya memasarkan produk ke satu pasar

Menjual produk yang dihasilkan hanya ke satu pasar tertentu berbahaya untuk kelangsungan hidup karena pada saat pasar tersebut mendapatkan sumber produk lain, maka secara sepihak pasar tersebut akan menghentikan pesanan dari pengusaha kecil yang bersangkutan.

b) Kelemahan riset pemasaran

Riset pemasaran dapat memberikan informasi tentang perilaku konsumen di daerah tertentu, daya beli konsumen, strategi pesaing, dan lain sebagainya. Usaha kecil sering mengabaikan arti pentingnya riset pemasaran, mereka langsung mengambil keputusan tanpa melakukan riset pemasaran terlebih dahulu. Banyak kerugian akhirnya dialami usaha kecil karena mengabaikan riset pemasaran ini.

c) Terlalu mudah untuk menjual secara kredit

Pembayaran oleh konsumen secara kredit akan mengganggu aktiva lancar. Jika hal tersebut sering terjadi maka usaha tersebut tinggal menunggu saat kehancurannya tiba.

d) Menjual produk tidak sesuai pesanan

Konsumen yang merasa kecewa saat menerima produk yang dipesannya dapat berimbas buruk kepada pembuatn. Konsumen bisa melakukan komplain atau bahkan mengembalikan barang tersebut dan menuntut uangnya dikembalikan.

e) Melebihi batas waktu yang disepakati

Pengusaha kecil tidak akan dipercaya oleh pemasok bahan baku jika pembayaran terhadap bahan baku tersebut sering terlambat. Pengusaha kecil tidak akan dipercaya oleh pelanggan jika penyelesaian produk yang dipesan jauh melewati waktu yang telah disepakati bersama.

f) Menjual hanya satu jenis produk

Selera konsumen beragam dan berubah-ubah dari waktu ke waktu sehingga dapat merugikan perusahaan jika pada saat konsumen sedang cenderung kepada produk lainnya. Pengusaha kecil harus melakukan diversifikasi produk baik yang berkaitan maupun yang tidak berkaitan dengan produk utamanya.

2) Kelemahan Aspek Manajemen Operasi

a) Teknologi yang digunakan relatif sederhana

Peralatan yang relatif sederhana yang digunakan perusahaan kecil tentunya akan sangat berpengaruh

kepada kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkan. Kualitas produk cenderung rendah jika dibandingkan dengan pengusaha yang menggunakan peralatan atau mesin yang layak.

b) Skala produksi yang rendah

Penggunaan peralatan atau teknologi yang sederhana akan langsung berdampak kepada jumlah hasil produksi. Pada umumnya jumlah produksi yang dihasilkan oleh pengusaha kecil relatif rendah.

c) Biaya produksi tinggi

Sudah merupakan hukum ekonomi, jika skala produksi suatu produk sedikit, maka konsekuensinya harga pokok produksi per satuan unit menjadi tinggi. Akibat yang terjadi adalah harga jual yang ditetapkan menjadi tinggi, maka keuntungan yang diperoleh menjadi kecil. Sehubungan dengan keuntungan yang kecil maka sulit membuat anggaran untuk meningkatkan penggunaan peralatan dan mesin yang layak dengan teknologi tinggi.

3) Kelemahan Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia

a) Sulit untuk mengatakan tidak

Pengusaha kecil sering terlalu banyak pertimbangan saat harus menetapkan suatu keputusan bagi karyawannya. Dia mengetahui kelalaian yang

dilakukan oleh karyawannya, tetapi untuk menegurnya secara tegas apalagi memberikan sanksi kepada karyawan tersebut sering tidak mampu dilakukan dengan alasan kasihan, tidak tega, mencari waktu yang tepat untuk menegurnya, susah mengungkapkannya dan lain sebagainya. Alasan yang paling sering karena secara kebetulan karyawan tersebut masih memiliki hubungan saudara, teman, atau tetangga dan unsur nepotisme lainnya.

b) Unsur keluarga masih sangat dominan

Jika seorang pengusaha sudah dihadapkan dengan urusan perusahaan yang berkaitan dengan kepentingan keluarga maka muncul dilema. Pengusaha kecil akan menemukan masalah, mana yang harus dipenuhi apakah mengutamakan roda operasi perusahaan walaupun harus mengesampingkan kepentingan keluarga. Tidak sedikit pengusaha mengambil keputusan sebaliknya yaitu mengutamakan kepentingan keluarga walaupun akan membahayakan atau merugikan perusahaan.

c) Semua tugas dilakukan sendiri

Sangat banyak pemilik usaha kecil di mana semua aktivitas mulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian dikerjakan dengan bertumpu kepada

kemampuan sendiri. Hanya sebagian kecil saja dari tugas, wewenang, tanggung jawab yang didistribusikan kepada karyawannya. Keuntungannya akan merasakan tingkat kepuasan maksimum dan keuntungan finansial yang diperoleh perusahaan akan dinikmati sendiri juga dipandang sebagai tipe pekerja keras. Tetapi jika perusahaan mengalami kerugian atau kemunduran sebenarnya itu adalah kesalahannya.

d) Tidak mampu menanggapi umpan balik

Pihak manajemen seharusnya harus mawas diri menjadikan semua tanggapan dari pihak lain sebagai umpan balik yang akan menambah baik usaha yang dijalankan demi mencapai keuntungan dan kesinambungan perusahaan.

4) Kelemahan Aspek Manajemen Keuangan

a) Tidak ada pemisah harta perusahaan dan harta pribadi

Seorang pengusaha sebagai sosok pribadi atau bagian dari keluarga pasti memiliki kebutuhan atau keinginan yang menuntut untuk dipenuhi. Masalah baru muncul ketika kebutuhan atau keinginan pribadi pengusaha mengambil harta yang merupakan harta atau modal perusahaan. Dengan kata lain aset yang ada diperusahaan di samping digunakan untuk

kepentingan usaha juga untuk urusan pribadi. Jika hal tersebut berulang-ulang apalagi dalam jumlah yang besar, maka perusahaan hanya tinggal menunggu waktu bangkrut saja.

b) Tidak melakukan pencatatan

Pencatatan merupakan satu hal yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas usaha sehari-hari. Banyak manfaat yang dapat diperoleh dengan melakukan pencatatan yaitu menjadi alat perencanaan, tolak ukur kinerja perusahaan, laporan tertulis perusahaan, dan menjadi syarat pengajuan kredit.

c) Besarnya piutang yang tidak tertagih

Banyak faktor penyebab piutang tidak tertagih. Penyebab ini bisa muncul dari perusahaan, misalnya perusahaan tidak melakukan pencatatan sehingga lupa kepada siapa telah melakukan penjualan secara kredit. Akibatnya perusahaan tidak dapat menagih sama sekali. Walaupun tahu piutang terhadap konsumen, perusahaan lupa berapa besar konkretnya piutang tersebut sehingga konsumen dapat saja membayar lebih rendah dari yang seharusnya. Faktor lainnya adalah secara psikologis malas atau enggan menagih piutang kepada orang tertentu karena adanya hubungan keluarga, saudara, teman, atau pejabat

tertentu, dan lain sebagainya. Di sisi lain disebabkan oleh pihak yang memiliki hutang. Dia memang tidak memiliki itikad baik membayar utang atau mengundurkan waktu pembayaran maupun menunggu sampai ada orang yang menagih.

d) Mengabaikan anggaran penyusutan

Anggaran penyusutan adalah jumlah uang yang harus disisihkan atau ditabung dari pendapatan perusahaan secara berkala dalam rangka mempersiapkan penggantian atau pembelian suatu peralatan/ mesin tertentu. Dengan mesin sudah tidak dapat dipergunakan lagi bagi aktivitas produksi, perusahaan sudah memiliki cukup dana untuk membeli peralatan atau mesin yang baru.

e) Mengabaikan penghargaan untuk diri sendiri

Kita harus membedakan posisi pengusaha yang merangkap jabatan sebagai direktur sekaligus pemilik. Sebagai pemilik dia berhak mendapatkan keuntungan perusahaan. Di samping itu posisi dia sebagai seorang direktur berhak mendapatkan gaji. Tidak jarang kita menemui bahwa posisi sebagai direktur tidak diberikan kompensasi berupa gaji dengan alasan karena perusahaan tersebut miliknya sendiri. Hal ini merupakan suatu kekeliruan karena walau

bagaimanapun seorang direktur harus diberikan gaji. Setelah gaji tersebut diterima seorang direktur, uangnya dapat digunakan untuk kepentingan pribadi, keluarga, sosial, keagamaan, dan yang lainnya. Tidak menutup kemungkinan uang tersebut ditanamkan kembali ke perusahaan untuk menambah dan memperkuat modal lancar.

e. Kesimpulan

Keberhasilan usaha merupakan keberhasilan dalam pencapaian tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan oleh seseorang atau perusahaan dalam menjalankan suatu bisnis. Dengan memiliki kemampuan, kemauan, tekad, dan kerja keras dalam menjalankan suatu bisnis tentunya dapat menjadikan bisnis atau usaha tersebut meraih keberhasilan. Di mana terdapat keberhasilan, maka terdapat pula kegagalan dalam menjalankan suatu bisnis. Dengan memiliki pengetahuan, kemampuan, keinginan yang kuat, serta kerja keras dapat menghindari kegagalan dalam berusaha.

2. Inovasi Produk

a. Pengertian Inovasi Produk

Inovasi produk menjadi salah satu kunci keberhasilan usaha, hal ini dikarenakan pada era saat ini bisnis atau usaha diharuskan untuk mampu berinovasi baik dalam wujud maupun produk, layanan ataupun sistem. Berinovasi atau melakukan pembaharuan secara efektif mendorong proses pengelolaan pengetahuan yang mengindahkan etika, nilai-nilai tambah bagi *stakeholders* dan tentunya akan membangun wisdom bagi perusahaan. Hasil dari berinovasi tidak harus berupa produk ataupun jasa, namun dapat berupa dalam hal meningkatkan produktivitas proses transformasi satu input (masukan) menjadi keluaran.

Dan berikut ini merupakan beberapa pengertian inovasi produk yang penulis kutip dari beberapa ahli, yaitu: Myers dan Marquis dalam Kotler (2016:454) menyatakan bahwa inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling memengaruhi antara satu dengan yang lain.

Kotler dan Keller (2016) inovasi produk adalah “*An innovation is any good, service, or idea that someone perceives as new, no matter how long its history, the spread of a new idea from its source of invention or creation to its ultimate users or adopters*” (hlm 476).

Susanto (2010:158) menyatakan bahwa inovasi memiliki pengertian yang tidak hanya sebatas membangun dan memperbaharui namun juga dapat didefinisikan secara luas, memanfaatkan ide-ide baru untuk menciptakan produk, proses, dan layanan.

West dan Far dalam Ancok (2012:34) menyatakan bahwa inovasi adalah pengenalan dan penerapan dengan sengaja gagasan, proses, produk, dan prosedur yang baru pada unit yang menerapkannya sehingga memberikan *profit* untuk masyarakat, organisasi, perusahaan atau individu.

De Meyer and Garg (2005:12) mengemukakan bahwa:

Inovasi merupakan kemampuan untuk mengimplementasikan ide-ide kreatif tersebut terhadap permasalahan dan peluang yang ada untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan seseorang. Inovasi juga merupakan introduksi dari sebuah *new technology* yang berhasil secara ekonomi atau kombinasi baru dari teknologi yang ada untuk menciptakan perubahan drastis dalam hal *value/ price relationship* yang ditawarkan kepada *customer* atau *user*.

Fontana (2011:18) menjelaskan bahwa:

Inovasi sebagai keberhasilan ekonomi berkat adanya pengenalan cara baru atau kombinasi baru dari cara-cara lama dalam mentransformasi input menjadi output (teknologi) yang menghasilkan perubahan besar atau drastis dalam perbandingan antara nilai guna yang dipersepsikan oleh konsumen atas manfaat suatu produk (barang/ jasa) dan harga yang ditetapkan oleh produsen.

Nasution dalam Bunga Aditi (2018), mengemukakan bahwa:

“Inovasi produk didefinisikan sebagai produk atau jasa baru yang diperkenalkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan

pasar. Lebih lanjut dapat didefinisikan sebagai proses memperkenalkan teknologi baru untuk digunakan. Hasil dari proses ini berupa pengenalan barang dan jasa baru yang dapat digunakan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan” (hlm 42-43).

b. Dimensi dan Indikator Inovasi Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016:454) dimensi inovasi produk adalah sebagai berikut:

1. Produk baru bagi dunia

Produk baru bagi dunia merupakan suatu produk baru yang menciptakan pasar yang sama sekali baru, di mana produk sejenis belum pernah dibuat oleh pihak lain sehingga produk tersebut merupakan produk yang benar-benar baru sehingga dapat membedakan produk baru tersebut dengan produk-produk sejenis yang lainnya.

2. Lini produk baru

Lini produk baru merupakan produk baru yang memungkinkan perusahaan memasuki pasar yang telah mapan untuk pertama kalinya memasuki pasar yang sudah ada, dengan lini produk baru dapat memengaruhi konsumen untuk menentukan pilihan produk.

3. Tambahan pada lini produk yang telah ada

Tambahan pada lini produk yang telah ada merupakan produk-produk baru yang melengkapi atau menambah suatu lini produk perusahaan yang telah mantap sehingga

produk menjadi lebih beragam sehingga memunculkan banyak pilihan.

4. Perbaikan dan revisi produk yang telah ada

Perbaikan dan revisi produk yang telah ada merupakan produk yang memberikan kinerja yang lebih baik atau nilai yang dianggap lebih hebat dan menggantikan produk yang telah ada, di mana dihasilkan produk baru dengan daya kerja/ kegunaan yang disempurnakan.

5. Penentuan kembali

Penentuan kembali merupakan produk yang sudah ada diarahkan atau dipasarkan ke pasar atau segmen pasar yang baru, hasil ini diharapkan dapat memperluas pemasaran dengan memperoleh pangsa pasar atau konsumen baru sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan.

6. Pengurangan biaya

Pengurangan biaya merupakan produk baru yang menyediakan produk yang daya kerja/ kegunaannya serupa dengan harga yang lebih murah atau rendah, hal ini dimaksudkan memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk dan hal ini berdampak pada meningkatnya volume penjualan suatu produk.

c. Karakteristik Inovasi Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016:478) karakter inovatif produk itu sendiri akan menentukan kecepatan difusi yang didukung oleh lima faktor, yakni:

1. Relative Advantage

Keuntungan relatif adalah sejauh mana inovasi dianggap lebih baik daripada mengganti produk. Hal ini tidak mengacu pada tujuan untuk mendapatkan keuntungan pada produk baru tetapi dengan persepsi subyektif adopter terhadap keuntungan. Sebuah inovasi yang menawarkan keuntungan yang lebih besar diyakini memiliki penerimaan yang lebih besar, kecepatan difusi yang lebih tinggi.

2. Compatibility

Kompatibilitas adalah sejauh mana inovasi dianggap kompatibel dengan sistem nilai konsumen yang ada, pengalaman, dan kebutuhan. Konsumen lebih cenderung untuk mengadopsi produk baru awal jika produk tersebut lebih kompetibel dengan nilai-nilai dan kebutuhan yang ada, dan mereka tidak perlu mengubah apapun untuk menggunakan produk. Untuk adopsi potensial, kompatibilitas produk yang lebih tinggi juga berarti ketidakpastian kurang dan kesenjangan yang lebih kecil

antara atribut produk dan kebutuhan konsumen. Sebuah inovasi kompatibilitas secara positif dengan penerimaan tersebut.

3. Complexity

Kompleksitas adalah tingkat dimana suatu inovasi tampak sulit untuk dimengerti dan digunakan serta merupakan persepsi subyektif. Beberapa produk baru akan lebih mudah dipahami bagi kebanyakan orang di masyarakat, tetapi yang lainnya tampak sangat kompleks dan membutuhkan waktu lebih lama untuk dipahami. Sebuah inovasi yang kurang kompleks dapat menyebar lebih cepat. Sebuah inovasi membutuhkan proses adopsi untuk belajar keterampilan baru atau meningkatkan pemahaman mereka karena tidak mungkin diterima dengan cepat. Sehingga, adopsi inovasi mungkin tertunda.

4. Divisibility

Divisibilitas adalah tingkat inovasi dapat dicoba sedikit demi sedikit.

5. Communicability

Komunikabilitas adalah tingkat kemampuan hasil penggunaan inovasi dapat diobservasikan atau dijelaskan kepada orang lain.

d. Kesimpulan

Inovasi merupakan kemampuan dalam mengimplementasikan gagasan-gagasan atau ide-ide baru atau kreatif terhadap produk atau layanan guna meningkatkan nilai atau kualitas. Berinovasi atau melakukan pembaharuan dalam menjalankan suatu bisnis atau usahadapat menjadikan nilai lebih dalam perusahaan agar mampu bersaing dalam sengitnya persaingan pasar dan dapat bertahan dalam era globaliasi yang tak pasti.

3. Lokasi Usaha

a. Pengertian Lokasi Usaha

Kemampuan dalam menganalisis dan memprediksi tepat atau tidaknya suatu lokasi untuk berwirausaha merupakan salah satu kemampuan yang penting untuk dimiliki oleh wirausahawan, karena dalam berwirausaha faktor lokasi menjadi salah satu faktor penting untuk dipertimbangkan sebelum memulai suatu bisnis atau usaha.

Pemilihan lokasi yang salah, akan menyebabkan biaya operasi perusahaan tinggi. Oleh karena itu, lokasi usaha yang tepat merupakan tuntutan yang mutlak harus dipenuhi oleh setiap wirausahawan atau perusahaan.

Keputusan pemilihan lokasi strategis yang digunakan

biasanya adalah strategi untuk meminimalkan biaya, sedang untuk bisnis eceran dan jasa profesional, strategi yang digunakan terfokus pada memaksimalkan pendapatan (Heizer dan Render, 2009:486).

Kasmir (2009:129) menyatakan bahwa “Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya”.

Menurut Haming dan Nurnajamuddin (2007:47) , “Lokasi perusahaan merupakan kunci bagi efisiensi dan efektifitas keberlangsungan perusahaan jangka panjang”.

Suwarman (2004:280) berpendapat bahwa ”Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat memengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja”.

Buchari Alma (2003:103) mengemukakan bahwa ”Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya”.

b. Dimensi dan Indikator Penentuan Lokasi Usaha

Fandy Tjiptono (2007:92) merumuskan beberapa pertimbangan yang patut untuk dicermati berkaitan dengan penentuan lokasi usaha, yakni sebagai berikut:

- 1) Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah di jangkau sarana transfortasi umum.

- 2) Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- 3) Lalu lintas (traffic), menyangkut dua pertimbangan utama:
 - a) Banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya buying, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.
 - b) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga jadi hambatan. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
- 4) Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan di kemudian hari.
- 5) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan. Sebagai contoh, restoran/rumah makan berdekatan dengan daerah pondokan, asrama, mahasiswa kampus, sekolah, perkantoran, dan sebagainya.

c. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Daya Tarik Lokasi

Menurut Utami (2014:145), masalah-masalah yang membuat suatu lokasi tertentu memiliki daya tarik secara spesifik, diantaranya adalah:

- 1) Aksesibilitas, suatu lokasi adalah suatu kemudahan bagi

konsumen untuk datang atau masuk dan keluar dari lokasi tersebut. Analisis ini memiliki dua tahap, yaitu:

a) Analisis makro

Mempertimbangkan area perdagangan primer, lokasi pada tingkat makro ritel secara bersamaan mengevaluasi beberapa faktor seperti pola-pola jalan, kondisi jalan dan halangan-halangan.

b) Analisis mikro

Berkonsentrasi pada masalah-masalah sekitar lokasi, seperti visibilitas, arus lalu lintas, parkir, keramaian dan jalan masuk atau keluar.

- 2) Keuntungan secara lokasi dalam sebuah pusat Setelah aksesibilitas pusat telah dievaluasi, analisis harus mengevaluasi lokasi di dalamnya. Hal ini disebabkan lokasi yang lebih baik memerlukan biaya yang lebih, ritel harus mempertimbangkan kepentingan mereka. Pertimbangan lainnya adalah untuk melokasikan toko-toko yang menarik terhadap target pangsa pasar yang saling berdekatan. Pada intinya, konsumen ingin berbelanja dimana mereka menemukan sejumlah variasi barang dagangan yang lengkap.

d. Urgensi Penentuan Lokasi Usaha

Penentuan mengenai lokasi usaha baik untuk kebutuhan perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa sangat berperan dalam keberhasilan perusahaan. Kesalahan dalam hal penentuan lokasi usaha dapat membawa implikasi buruk terhadap perusahaan, contoh yang sangat dekat adalah menghambat efisiensi. Seleksi atau pemilihan lokasi untuk perusahaan bidang produksi atau manufaktur perlu lebih dekat ke bahan baku dan sumber daya manusia, sedangkan berkaitan dengan perusahaan bidang jasa, lebih diperlukan atensi untuk menimbang jarak dengan pengguna jasa atau pelanggan (Heizer dan Render, 2001:33).

Seleksi lokasi usaha secara tidak langsung merupakan sebuah keputusan atas pertimbangan investasi yang mengemban tujuan strategis, sebagai contoh yaitu untuk memudahkan akses kepada bahan baku dan pelanggan. Penentuan lokasi usaha merupakan tanggungjawab penting bagi pelaku usaha, mengingat apabila keputusan yang diambil kurang tepat atau bahkan salah, maka dapat memperlebar peluang kegagalan usaha, atau bahkan mengakibatkan kegagalan usaha sebelum dimulai (Fandy Tjiptono, 2007:123).

Apabila suatu usaha terletak tidak strategis dari faktor-faktor produksinya, maka anggaran perusahaan untuk

pengadaan faktor-faktor produksi tersebut akan semakin tinggi berkaitan dengan dengan biaya angkut dan sebagainya. Sehubungan dengan hal tersebut, maka besar kemungkinan harga jual barang itu akan semakin jauh dari harapan pasar, besarnya biaya untuk menghadirkan faktor-faktor produksi menjadi salah satu hal yang memengaruhinya. Selain dari faktor biaya, ketidaktepatan penentuan lokasi usaha yang jauh dari faktor-faktor produksi juga berdampak pada kualitas bahan baku yang dapat didatangkan, bahwa tidak semua barang produksi kebal akan gerusan waktu. Durasi pengiriman atau perjalanan juga dapat menderogasi kualitas dari bahan baku, sebagai contoh sederhananya adalah untuk barang-barang segar seperti sembako dan lain sebagainya. Selain dari itu, pertimbangan lokasi juga penting untuk menjamin tersedianya sumber daya manusia untuk menjalankan usaha, baik sumber daya manusia terdidik ataupun sumber daya manusia terlatih (Hani Handoko, 2011:70).

Pentingnya penentuan lokasi usaha erat pula pertimbangannya untuk dekat dengan infrastruktur. Mudah-mudahan kebutuhan akan listrik, kualitas air yang baik, faktor lebar jalan, kondisi dan kualitas jalan, dan juga sarana dan prasarana transportasi sudah barang tentu merupakan nilai tambah yang menjadi perhatian penting dalam penyeleksian lokasi usaha. Harga sewa dan beli tanah atau bangunan juga menjadi

pertimbangan yang tidak kalah penting, mengingat hal ini terkait langsung dengan keuangan perusahaan, terlebih apabila usaha ini merupakan langkah perdana bagi wirausaha yang bersangkutan. Kemudian, selain dari kedekatan dengan infrastruktur dan faktor biaya akan lahan, pertimbangan luas lokasi usaha juga merupakan hal yang tidak kalah penting. Pentingnya hal ini adalah untuk memberi kesempatan untuk kemungkinan visioner apabila dikemudian hari hendak dilakukan pengembangan usaha atau ekspansi (Richard L. Daft, 2003:312).

e. Kesimpulan

Lokasi usaha merupakan tempat di mana wirausahawan atau perusahaan melakukan kegiatan operasi atau usaha serta menghasilkan produk ataupun jasa. Dalam memulai dan menjalankan bisnis atau usaha, pemilihan lokasi yang tepat yakni akses menuju lokasi usaha mudah dijangkau dan dilalui oleh kendaraan umum dapat menjadi faktor pendorong dari keberhasilan suatu usaha.

4. Kebijakan Pemerintah

a. Pengertian Kebijakan Pemerintah

Pemerintah memiliki peranan dalam menunjang perekonomian negara yakni salah satunya melalui kebijakan-

kebijakan yang tertuang dalam program bantuan, produk hukum terkait UKM, serta pembentukan lembaga untuk menangani UKM. Adanya kebijakan pemerintah bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara guna mensejahterakan masyarakat. Oleh karena itu, UKM merupakan sektor ekonomi yang menjadi perhatian untuk dikembangkan.

Menurut hasil dari penelitian Wong and Tjosvold dalam Sri Nathasya Br Sitepu (2017:104) menjelaskan bahwa pemerintah yang kompeten dan perhatian akan mengatur secara efektif sehingga mendapat kepercayaan sosial yang berimbang pada kepercayaan bisnis.

Kebijakan pemerintah terkonfirmasi melalui kondisi sosial masyarakat sebagai tolak ukur dalam pengembangan bisnis atau usaha. Berbagai kebijakan pemerintah, baik dari sisi program bantuan, aturan pendukung, maupun lembaga yang menangani UKM dapat menjadi faktor pendukung keberlangsungan dan keberhasilan UKM. Dan berikut ini merupakan beberapa pengertian kebijakan pemerintah yang penulis kutip dari beberapa ahli, yaitu:

James E. Anderson dalam Irfan Islamy (2000:17) mendefinisikan kebijakan itu adalah serangkaian tindakan yang mempunyai tujuan tertentu yang diikuti dan dilaksanakan oleh seseorang pelaku sekelompok pelaku guna memecahkan

suatu masalah tertentu.

Nurcholis (2007:263) berpendapat bahwa:

“Kebijakan sebagai keputusan suatu organisasi yang dimaksudkan untuk mencapai tujuan tertentu, berisikan ketentuan-ketentuan yang dapat dijadikan pedoman perilaku dalam hal pengambilan keputusan lebih lanjut, yang harus dilakukan baik kelompok sasaran ataupun (unit organisasi pelaksanaan kebijakan) dan penerapan atau pelaksanaan dari suatu kebijakan yang telah ditetapkan baik dalam hubungan dengan (unit) organisasi pelaksana maupun dengan kelompok sasaran yang dimaksudkan”.

b. Bentuk Dukungan Pemerintah Terhadap Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Dalam menjalankan usaha atau bisnis akan selalu ada rintangan dan hambatan yang dihadapi oleh para pelaku usaha kecil dan menengah. Muliastuti Anggrahini (2019:5) menerangkan bahwa terdapat beberapa kendala yang sering dihadapi oleh para pelaku usaha kecil dan menengah, diantaranya:

- 1) Kurangnya permodalan;
- 2) Kesulitan dalam pemasaran;
- 3) Persaingan usaha yang ketat;
- 4) Kesulitan bahan baku;
- 5) Kurang teknik produksi dan keahlian;
- 6) Kurangnya keterampilan manajerial;
- 7) Kurangnya pengetahuan dalam masalah manajemen, termasuk dalam keuntungan dan akuntansi.

Sebagai respon dalam rangka menjawab beberapa kendala sebagaimana terpapar di atas, maka pemerintah mendorong melalui berbagai kebijakannya, yakni dalam bentuk sebagai berikut:

- 1) Pendanaan;
- 2) Sarana dan prasarana;
- 3) Informasi usaha;
- 4) Kemitraan;
- 5) Perizinan usaha;
- 6) Kesempatan berusaha;
- 7) Promosi dagang;
- 8) Dukungan kelembagaan.

Untuk menjawab kesulitan-kesulitan tersebut, dalam Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, khususnya dalam pasal 7 ayat 1 sangat jelas dinyatakan bahwa pemerintah dan pemerintah daerah menumbuhkan iklim usaha dengan menetapkan peraturan perundang-undangan dan kebijakan yang meliputi aspek sebagai berikut:

- 1) Pendanaan;
- 2) Sarana dan prasarana;
- 3) Informasi usaha;

- 4) Kemitraan;
- 5) Perizinan usaha;
- 6) Kesempatan berusaha;
- 7) Promosi dagang;
- 8) Dukungan kelembagaan.

Selanjutnya, mengenai dukungan pemerintah atas UMKM lewat kebijakannya dipertegas lagi dalam pasal 8, yakni bahwa aspek pendanaan sebagaimana dimaksud dalam pasal 7, ayat (1) angka 1 ditunjukkan untuk:

- 1) Memperluas sumber pendanaan dan memfasilitasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk dapat mengakses kredit perbankan dan lembaga keuangan bukan bank.
- 2) Memperbanyak lembaga pembiayaan dan memperluas jaringan sehingga dapat diakses oleh Usaha Mikro, kecil dan Menengah.
- 3) Memperbanyak kemudahan dalam memperoleh pendanaan secara cepat, tepat, murah dan tidak diskriminatif dalam pelayanan sesuai dengan keuntungan peraturan perundang-undangan.
- 4) Membantu para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah terpapar dengan jelas bahwa pemerintah pusat maupun pemerintah daerah harus

dapat memberdayakan UMKM dengan melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan dan bantuan penguatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan berusaha dan bersaing.

Saat ini pemerintah telah menjalankan strategi untuk mendukung kemajuan UKM yang dapat diklasifikasikan ke dalam:

1) Aspek manajerial

Dalam aspek manajerial meliputi: meningkatkan produktivitas, tingkat utililisasi, meningkatkan kemampuan pemasaran dan pengembangan sumber daya manusia.

2) Aspek pemodalan

Dalam aspek pemodalan meliputi: Pemberian bantuan modal (penyisihan 1-5% keuntungan BUMN dan kewajiban untuk menyalurkan kredit bagi usaha kecil minimum 20% dari portofolio kredit bank dan pemberian kemudahan untuk kredit). Dalam hal ini untuk pemberian bantuan modal dapat dalam bentuk lain, yakni: Kredit investasi kecil (KIK), kredit modal kerja permanen (KMKP), program pembiayaan produktif kredit usaha mikro (P3-KUM), kredit usaha rakyat(KUR), kredit usaha mikro (UMi).

3) Mengembangkan program kemitraan

Mengembangkan program kemitraan dengan usaha besar baik sistem bapak angkat, PIR, keterikatan hulu-hilir

(*forward linkage*), keterikatan hilir-hulu (*backward linkage*), modal ventura ataupun subkontrak.

4) Pengembangan sentra industri kecil dalam suatu kawasan

Pengembangan sentra industri kecil dalam suatu kawasan dapat berupa Permukiman Industri Kecil (PIK), Lingkungan Industri Kecil (LIK) yang didukung oleh Unit Pelayanan Teknis (UPT) dan Tenaga Penyuluhan Industri (TPI).

5) Pembinaan untuk bidang usaha dan daerah tertentu

Pembinaan untuk bidang usaha dan daerah tertentu dapat dilakukan melalui Kelompok Usaha Bersama (KUB), serta Koperasi Industri Kecil dan Kerajinan (KOPINKRA).

Selain dukungan pemerintah sebagaimana tertuang dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, saat ini pemerintah juga kembali mendorong perkembangan dan eksistensi UKM dengan menghadirkan regulasi baru, yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Kebijakan yang diatur dalam Peraturan Pemerintah tersebut diantaranya adalah pembantuan pemodal, pelindungan, pembinaan, dan berbagai bentuk pemberdayaan lainnya.

c. Kesimpulan

Kebijakan pemerintah merupakan serangkaian tindakan yang diusulkan oleh pemerintah dalam rangka memecahkan suatu masalah tertentu. Kebijakan pemerintah dapat menjadi faktor pendorong dalam keberhasilan UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dengan program bantuan yang diberikan kepada para pelaku UKM dan aturan pendukungnya yang dapat memberikan kemudahan bagi para pelaku UKM dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya.

B. Penelitian Terdahulu

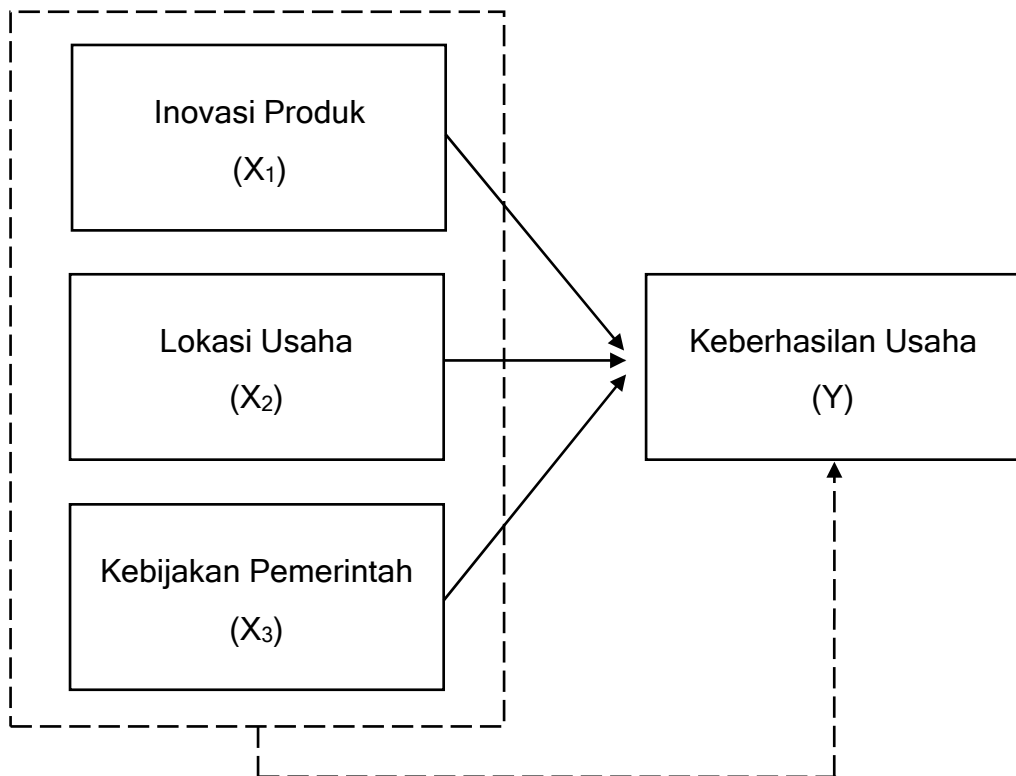
Tabel 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Pengarang	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Eti Arini, Haldi Sahputra, dan M. Galy Nyoman (2020).	Jurnal: "Analisis Pengaruh Faktor Modal, Kemampan dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan UKM pada Pusat Oleh-Oleh Khas Bengkulu".	Keberhasilan Usaha (Y) dan Lokasi Usaha (X3).	Modal (X1) dan Kemampuan (X2).	Modal (X1), Kemampuan (X2), dan Lokasi Usaha (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha (Y).

2	Novita Ekasari dan Nurhasanah (2018).	Jurnal: "Pengaruh Lokasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi".	Keberhasilan Usaha (Y) dan Lokasi (X1).	Kreativitas (X2) dan hanya menggunakan variabel bebas. 2	Lokasi (X1) dan Kreativitas (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha (Y).
3	Ahmad Rudini, Hari Susanto, dan Anugerah Kristiani Puteri (2019).	Jurnal: "Analisis Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lokasi Usaha dan Kreativitas Pengusaha Terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Kecil Menengah (UKM) (Studi Kasus Usaha-Usaha Kecil Menengah di Sampit).	Keberhasilan Usaha (Y) dan Lokasi Usaha (X2).	Pengetahuan Kewirausahaan (X1) dan Kreativitas Pengusaha (X3).	Pengetahuan Kewirausahaan (X1), Lokasi Usaha (X2), dan Kreativitas Pengusaha (X3) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keberhasilan Usaha (Y).
4	Nala Tri Kusuma dan Pandu Tri Atmaja (2018)	Jurnal: "Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Provinsi Yogyakarta".	Keberhasilan Usaha (Y) dan Inovasi Produk (X2).	Orientasi Pasar (X1) dan hanya menggunakan variabel bebas. 2	Secara parsial, Orientasi Pasar (X1) tidak berpengaruh signifikan dan Inovasi Produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha (Y).

5	Muliastuti Anggrahini (2019).	Jurnal: "Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Peranan Pemerintah Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi pada Usaha Bakso di Kota Malang)".	Keberhasilan Usaha (Y) dan Peranan Pemerintah (X2).	Jiwa Kewirausahaan (X1) dan hanya menggunakan 2 variabel bebas.	Jiwa Kewirausahaan (X1) dan Peranan Pemerintah (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Keberhasilan Usaha (Y).
---	-------------------------------	---	---	---	--

C. Kerangka Pemikiran



Sumber: Tina Noviyanti (2016:10)

Gambar 1

Keterangan:

—————> : Pengaruh secara parsial

- - - - -> : Pengaruh secara simultan

D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu seperti yang telah disajikan pada hubungan variabel penelitian di atas, maka adapun hipotesis penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁ : Terdapat pengaruh antara Inovasi Produk (X₁) terhadap Keberhasilan Usaha (Y) pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung.

H₂ : Terdapat pengaruh antara Lokasi Usaha (X₂) terhadap Keberhasilan Usaha (Y) pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung.

H₃ : Terdapat pengaruh antara Kebijakan Pemerintah (X₃) terhadap Keberhasilan Usaha (Y) pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung.

H₄ : Terdapat pengaruh antara inovasi produk (X₁), lokasi usaha (X₂), dan kebijakan pemerintah (X₃) secara bersama-sama terhadap keberhasilan usaha (Y) pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2018), “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu” (hlm 2).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Juliansyah Noor (2016) mengemukakan bahwa “Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur (biasanya dengan instrumen penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik” (hlm 38).

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kausal komparatif (*causal comparative research*). Juliansyah Noor (2016) mengemukakan bahwa “Studi kausal komperatif erat dengan studi korelasi adalah studi kausal komparatif (*causal comparative research*), atau hubungan sebab akibat adalah untuk menyelidiki kemungkinan hubungan sebab-akibat dengan cara berdasar atas pengamatan terhadap akibat yang ada dan mencari

kembali faktor yang mungkin menjadi penyebab melalui data tertentu” (hlm 39).

B. Operasional Variabel

Saifuddin Azwar (2011) mengemukakan bahwa “Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel yang dapat diamati” (hlm 74).

Dalam penelitian ini terdapat satu variabel terikat atau *dependent variable* (Y) yakni Keberhasilan Usaha. Serta tiga variabel bebas atau *independent variable* (X), yakni Inovasi Produk, Lokasi Usaha, dan Kebijakan Pemerintah. Berikut penjelasan masing-masing operasional variabel tersebut:

1. Variabel terikat

Variabel terikat atau *dependent variable* merupakan faktor utama yang ingin dijelaskan atau diprediksi dan dipengaruhi oleh beberapa faktor lain, dan biasanya dinotasikan dengan simbol Y (Robbins dalam Anshori dan Iswati, 2019:49).

Variabel terikat atau *dependent variable* dalam penelitian ini yakni:

a. Keberhasilan Usaha (Y)

Keberhasilan usaha merupakan keberhasilan suatu usaha dalam mencapai tujuannya yang dapat terjadi dengan adanya kekuatan usaha, kompetensi khusus, kualitas pada produk,

tercapainya target pendapatan, memiliki daya saing yang kuat, terjadinya peningkatan modal produksi, dan produktivitas dalam penjualan.

Tabel 2
Definisi Operasional Variabel Keberhasilan Usaha (Y)

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir Pernyataan
Keberhasilan Usaha (Y)	1. Kekuatan usaha	1. Citra yang positif	1, 2, 3
		2. Konsistensi yang tinggi	
		3. Pelanggan yang loyal	
	2. Kompetensi khusus	1. Intelijen pemasaran yang baik	4, 5
		2. Tenaga kerja yang kompeten	
	3. <i>Output</i> Produksi	Kualitas produksi	6
	4. Pendapatan	Tercapainya target pendapatan	7
	5. Daya saing	Daya saing yang kuat	8
	6. Modal	Peningkatan modal produksi	9
	7. Produktivitas	Produktivitas dalam penjualan	10

Sumber: Henry Faizal Noor (2007:397), Suryana (2003:85)

2. Variabel Bebas

Variabel bebas atau *independence variable* merupakan sebab yang diperkirakan dari beberapa perubahan dalam variabel terikat, dan biasanya dinotasikan dengan simbol X (Robbins dalam Anshori dan Iswati, 2019:48).

Variabel bebas atau *independent variable* dalam penelitian ini yakni:

a. Inovasi Produk (X_1)

Inovasi produk merupakan kemampuan mengembangkan ide-ide atau gagasan dan menerapkannya dengan menciptakan produk baru bagi dunia, memvariasikan model produk yang diproduksi, menyempurnakan produk yang telah ada, serta melakukan inovasi guna menekan biaya.

Tabel 3

Definisi Operasional Variabel Inovasi Produk (X_1)

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir Pernyataan
Inovasi Produk (X_1)	1. Produk baru bagi dunia	1. Menciptakan produk baru yang belum pernah ada sebelumnya	1, 2, 3, 4, 5
		2. Memvariasikan model produk yang diproduksi	
	2. Perbaikan terhadap produk yang telah ada	Melakukan penyempurnaan terhadap produk yang telah ada	6, 7, 8

	3. Pengurangan biaya	Melakukan inovasi dalam proses produksi, sehingga dapat menekan biaya produksi dan meningkatkan daya saing	9, 10
--	----------------------	--	-------

Sumber: Kotler dan Keller (2016:454)

b. Lokasi Usaha (X_2)

Lokasi usaha merupakan tempat suatu usaha menjalankan kegiatannya dengan mempertimbangkan akses, jarak pandang, lalu lintas, tempat yang luas guna adanya ekspansi di kemudian hari, serta lingkungan.

Tabel 4

Definisi Operasional Variabel Lokasi Usaha (X_2)

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir Pernyataan
Lokasi Usaha (X_2)	1. Akses	1. Lokasi dapat dilalui oleh berbagai jenis kendaraan	1, 2
		2. Lokasi dilalui oleh transportasi umum	
	2. Jarak pandang	Lokasi dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal	3

	3. Lalu lintas	Situasi lalu lintas memberikan peluang besar terhadap terjadinya <i>buying</i>	4
	4. Tempat yang luas	1. Memberikan kelancaran untuk kegiatan usaha	5, 6
		2. Tempat yang luas dapat mendukung perluasan di kemudian hari	
	5. Lingkungan	1. Daerah sekitar yang mendukung terjadinya kegiatan usaha	7, 8, 9, 10
		2. Daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan	
		3. Lingkungan yang memberikan keamanan	
		4. Lingkungan yang memberikan kenyamanan	

Sumber: Fandy Tjiptono (2007:92)

c. Kebijakan Pemerintah (X₃)

Kebijakan pemerintah merupakan serangkaian tindakan yang diusulkan atau dilakukan oleh pemerintah dalam rangka

mendorong kesuksesan usaha mikro, kecil, dan menengah dengan mengeluarkan program bantuan, aturan pendukung, serta memberikan pembinaan kepada para pelaku usaha.

Tabel 5
Definisi Operasional Variabel Kebijakan Pemerintah (X₃)

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir Pernyataan
Kebijakan Pemerintah (X ₃)	1. Program Bantuan	1. Memberikan program bantuan kepada para pelaku UKM	1, 2, 3
	2. Aturan Pendukung	1. Memberikan penempatan lokasi sebagai kawasan usaha bagi para pelaku UKM	4, 5, 6
		2. Memberikan kepastian dan perlindungan berusaha di lokasi yang telah ditetapkan	7
	3. Pembinaan	Membina dan mengembangkan kualitas sumber daya manusia pelaku UKM agar mampu bersaing	8, 9, 10

Sumber: Muliastuti Anggrahini (2019:5), Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, dan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

C. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2017), “Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliabel tentang suatu hal (variabel tertentu)” (hlm 41).

Objek penelitian yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah para pelaku UKM Industri Kreatif yang secara khusus bergerak di bidang garmen dan pakaian jadi yang berada di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan (2020), “Populasi adalah keseluruhan dari subjek dan atau objek yang akan menjadi sasaran penelitian” (hlm 11).

Populasi yang relevan dengan topik penelitian ini berjumlah kurang lebih 435 pelaku UKM Industri Kreatif yang berada di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung.

2. Sampel

Menurut Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan (2020), “Sampel penelitian adalah bagian yang memberikan gambaran secara umum dari populasi. Sampel penelitian memiliki karakteristik yang sama atau hampir sama dengan karakteristik

populasi, sehingga sampel yang digunakan dapat mewakili populasi yang diamati” (hlm 12).

Dalam penelitian ini digunakan *purposive sample*. Penggunaan *purposive sample* dipilih karena peneliti hendak memfokuskan atensinya kepada pelaku UKM Industri Kreatif yang bergerak di bidang garmen dan pakaian jadi saja, yakni berjumlah 69 pelaku usaha, yang terdiri dari 19 pelaku usaha garmen dan 50 pelaku usaha pakaian jadi.

E. Jenis, Sumber, dan Metode Pengumpulan Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Subyek (*Self-Report Data*), yang merupakan jenis data penelitian yang berupa opini, sikap, pengalaman atau karakteristik dari seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subyek penelitian (responden).

Data subyek (*Self-Report Data*) dalam penelitian ini adalah jawaban atau tanggapan atas wawancara tidak terstruktur antara penulis dengan para pelaku UKM Industri Kreatif yang secara khusus bergerak di bidang garmen dan pakaian jadi yang berada di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung, yakni berupa opini dan permasalahan yang memengaruhi keberhasilan usaha di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung.

2. Sumber Data

a. Data Primer (*Primary Data*)

Data Primer (*Primary Data*) merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara) yang dapat berupa: opini, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari hasil observasi, wawancara, dan hasil kuesioner.

b. Data Sekunder (*Secondary Data*)

Data Sekunder (*Secondary Data*) merupakan sumber data penelitian yang diperoleh penulis secara tidak langsung melalui media perantara, yaitu berasal dari karya ilmiah berupa buku dan jurnal, serta data pendukung yang diperoleh dari Unit Pengelola Kawasan Pusat Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah serta Permukiman Pulogadung (UPK PPUKMP Pulogadung).

3. Metode Pengumpulan Data

a. Metode Survei (*Survey Methods*)

Merupakan metode pengumpulan data primer yang menggunakan pertanyaan lisan dan tertulis. Teknik pengumpulan data dalam metode survei yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1) Kuesioner (*Questionnaires*)

Sugiyono (2012) berpendapat bahwa “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya” (hlm 142).

Dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data dengan memanfaatkan metode kuesioner dan kemudian dipilih pernyataan yang disebarakan secara langsung. Instrumen dalam penelitian ini dibentuk *check list* atau pilihan data yang disebut Skala Likert. Penggunaan Skala Likert memungkinkan variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel (Sugiyono, 2012:93).

Tabel 6
Instrumen Skala Likert

Alternative Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Erlina (2011:51)

b. Metode Observasi (*Observation Methods*)

Merupakan proses pencatatan pola perilaku subyek (orang), obyek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan dan komunikasi dengan individu-individu yang diteliti yang terdiri dari:

1) Observasi langsung (dilakukan langsung oleh peneliti)

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan observasi berpartisipatif. Menurut Sugiyono (2019), observasi berpartisipatif adalah observasi yang melibatkan penulis dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian.

Untuk mendapatkan data materi berupa realita murni, maka dalam penelitian ini digunakan pula metode observasi, yakni yang dilakukan terhadap para pelaku UKM Industri Kreatif yang secara khusus bergerak di bidang garmen dan pakaian jadi yang berada di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung.

F. Rancangan Analisis

Rancangan analisis merupakan langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data.

1. Uji Kualitas Data

Terdapat dua konsep untuk mengukur kualitas data, yaitu:

a. Validitas

Menunjukkan seberapa jauh suatu tes atau satu set dari operasi-operasi mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dilakukan valid apabila pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Imam Ghozali, 2006:45).

Dalam penelitian ini, untuk menganalisis validitas instrumen tersebut digunakan teknik statistik korelasi melalui *Product Product Moment Pearson*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum xy - \sum X \sum Y}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden

$\sum X$ = Jumlah skor keseluruhan item pertanyaan x

$\sum Y$ = Jumlah skor keseluruhan untuk item pertanyaan y

$\sum xy$ = Jumlah skor keseluruhan hasil kali item pertanyaan x dan item pertanyaan y

$\sum X^2$ = Jumlah skor keseluruhan untuk item pertanyaan x yang telah dikuadratkan

$\sum Y^2$ = Jumlah skor keseluruhan untuk item pertanyaan
y yang telah dikuadratkan

b. Reliabilitas

Reliabilitas berhubungan dengan konsistensi dari pengukur. Suatu pengukur dikatakan *reliabel* (dapat diandalkan) jika dapat dipercaya. Supaya dapat dipercaya, maka hasil dari pengukuran harus akurat dan konsisten. Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subyek yang sama diperoleh hasil yang sama (Imam Ghazali, 2006:41).

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Alpha Cronbach* yang merupakan analisis reliabilitas dengan satu kali pengukuran. Nilai reliabilitas *Alpha Cronbach* dapat dihitung dengan rumus:

$$a = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum s^2 i}{s^2 t} \right]$$

Keterangan:

a = Koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*

k = Banyaknya item

$\sum s^2 i$ = Varians skor item

$S^2 t$ = Varian total

Kaidah keputusannya jika nilai *Alpha Cronbach* > 0,60 maka reliabel. Untuk menginterpretasikan koefisien reliabilitas digunakan kategori sebagai berikut:

Tabel 7
Interpretasi Koefisien Reliabilitas

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2015:184)

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2006:147), “Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak”. Uji normalitas data dilaksanakan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan taraf atau tingkat signifikansi sebesar 0,05. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa apabila nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka distribusi datanya tidak normal,

begitu pula sebaliknya apabila nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka distribusi datanya normal.

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah ditemukan korelasi di antara variabel bebas (*independent variable*). Model yang baik ialah jika tidak terjadi korelasi di antara variabel yang satu dengan yang lain. Maka dari itu untuk mengetahuinya dapat dilihat pada hasil pengolahan SPSS dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), yakni:

- a) Apabila nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau VIF ≥ 10 , maka dapat disimpulkan adanya multikolinearitas.
- b) Jika nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau VIF ≤ 10 , maka dapat disimpulkan tidak adanya multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan varians pada residual pengamatan yang satu dengan yang lain. Dapat dikatakan homoskedastisitas apabila varians pada residual pengamatan yang satu dengan yang lain tetap. Sebaliknya, apabila varians pada residual pengamatan yang satu dengan yang lain berbeda maka dapat dikatakan heteroskedastisitas. Dan untuk

model regresi yang baik adalah bila terjadinya homoskedastisitas.

3. Uji Analisis Data

a. Analisis Koefisien Korelasi Parsial

Nilai korelasi (R) berkisar antara 1 sampai -1, dengan nilai yang semakin mendekati 1 atau -1 berarti hubungan antara dua variabel semakin kuat. Sedangkan, jika nilai mendekati 0 berarti hubungan antara dua variabel semakin lemah. Nilai positif menunjukkan hubungan searah (X naik, maka Y naik) dan nilai negatif menunjukkan hubungan terbalik (X naik, maka Y turun).

b. Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Analisis koefisien korelasi berganda berfungsi untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel bebas yaitu X_1 , X_2 , dan X_3 dengan variabel terikat yaitu Y secara bersama-sama (simultan). Persamaan umumnya adalah:

$$R_{y123} = \sqrt{\frac{b_1 \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y + b_3 \sum x_3 y}{\sum y^2}}$$

Keterangan:

R_{y123} = Koefisien korelasi antara variabel X_1 , X_2 , X_3
dengan variabel Y

$\sum X_i$ = Jumlah data X_i

$\sum Y$ = Jumlah data Y

Sebuah koefisien korelasi berganda, memiliki nilai antara 0 hingga 1. Semakin dekat nilai koefisien dengan 1, semakin kuat tingkat hubungan linear antara variabel-variabel yang terikat. Semakin dekat nilai koefisien dengan 0, maka semakin rendah hubungan linear diantara variabel-variabelnya.

Tabel 8
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,20	Sangat Lemah
0,21 - 0,40	Lemah
0,41 - 0,70	Kuat
0,71 - 0,90	Sangat Kuat
0,91 - 0,99	Kuat Sekali
1,00	Sempurna

Sumber: V. Wiratna Sujarweni (2014:127)

c. Analisis Koefisien Determinan atau Penentu

Koefisien determinan berfungsi untuk menganalisis apakah variabel terikat (*dependen variable*) dipengaruhi oleh variabel bebas (*indepent variable*) atau untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas memengaruhi variabel terikat, hal tersebut dapat diketahui dengan cara mengkuadratkan

koefisien yang ditemukan. Jika determinan (R^2) semakin besar atau mendekati satu, maka pengaruh variabel bebas (X_1 , X_2 , dan X_3) terhadap variabel terikat (Y) semakin kuat. Sebaliknya, jika determinan (R^2) semakin besar atau mendekati satu, maka pengaruh variabel bebas (X_1 , X_2 , dan X_3) terhadap variabel terikat (Y) semakin lemah. Koefisien determinan dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

KD = Koefisien determinan

R^2 = Kuadrat dari koefisien korelasi

d. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi adalah suatu analisis yang mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Sunnyoto, 2011:9).

Persamaan regresi linear berganda mengandung makna bahwa dalam suatu persamaan regresi terdapat satu variabel terikat (*dependen variable*) yang biasanya dinotasikan dengan simbol Y dan juga terdapat lebih dari satu variabel bebas (*independent variable*) yang biasanya dinotasikan dengan simbol X . Secara umum persamaan regresi linear berganda dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat

X_n = Variabel bebas

a = Nilai konstanta

b_n = Nilai koefisien regresi variabel X_n

Untuk menentukan nilai a dan b₁, b₂, ...b_n maka digunakan beberapa persamaan regresi linier berganda:

$$\sum Y = an + b_1 \sum X_1 + b_2 \sum X_2 + \dots + b_n \sum X_n \quad (1)$$

$$\sum X_1 Y = a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2 + \dots + b_n \sum X_1 X_n \quad (2)$$

$$\sum X_2 Y = a \sum X_2 + b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2 + \dots + b_n \sum X_2 X_n \quad (3)$$

4. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Dengan pengujian $\alpha = 5\%$ atau 0,05, maka menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Nilai t *hitung*

r = Nilai koefisien korelasi

n = Jumlah data pengamatan

Uji signifikan parsial (uji t) pada dasarnya menunjukkan apakah variabel bebas (*independent variable*) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (*dependen variable*). Dalam hal ini, untuk mengetahui pengaruhnya maka dilakukan uji signifikan parsial (uji t) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (berarti tidak ada hubungan yang signifikan).
- 2) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berarti ada hubungan yang signifikan).

b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Dengan pengujian $\alpha = 5\%$ atau 0,05, maka menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinan

k = Jumlah variabel *independent*

n = Jumlah populasi

Uji signifikan simultan (uji f) pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas (*independent variable*) mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan)

terhadap variabel terikat (*dependen variable*). Dalam hal ini, untuk mengetahui pengaruhnya maka dilakukan uji signifikan simultan (uji f) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (berarti tidak ada hubungan yang signifikan).
- 2) Apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berarti ada hubungan yang signifikan).

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung

1. Sejarah Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung

Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung merupakan sebuah rumah bagi pedagang dan industri kecil yang telah ada sejak tahun 1970-an, dengan luas mencapai 37 hektar dengan sekitar 23 hektar lahan yang masih kosong, berlokasi di Jalan Raya Penggilingan. Unit Pengelola Kawasan Pusat Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah serta Permukiman Pulogadung (UPK PPUKMP Pulogadung) menyatakan bahwa pada tahun 2021 terdapat sebanyak 926 pelaku usaha, yaitu terdiri dari usaha yang bergerak di bidang garmen, konveksi, tekstil, logam, sepatu, tas, dan lain sebagainya.

B. Analisis Data

1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah para pelaku UKM Industri Kreatif yang khususnya pelaku usaha garmen dan pakaian jadi yang terletak di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung. Hal-hal yang dianalisis dari responden adalah data pribadi responden yang terdiri dari jenis kelamin, jenis usaha, usia usaha, dan pendidikan terakhir.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Berdasarkan jenis usaha yang dimiliki oleh responden, maka data yang diperoleh dapat dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 9
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha
Jenis Usaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Garmen	19	27,5	27,5	27,5
Valid Pakaian Jadi	50	72,5	72,5	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Pada tabel 9 dapat dilihat bahwa responden yang memiliki usaha garmen berjumlah 19 orang atau sebesar 27,5% dan untuk yang memiliki usaha pakaian jadi berjumlah 50 orang atau sebesar 72,5%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Usaha

Berdasarkan usia usaha yang dimiliki oleh responden, maka data yang diperoleh dapat dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 10
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Usaha
Usia Usaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1- 5	9	13,0	13,0	13,0
6-10	38	55,1	55,1	68,1
11-15	22	31,9	31,9	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Pada tabel 10 dapat dilihat bahwa responden yang memiliki usaha sekitar 1 – 5 tahun berjumlah 9 orang atau sebesar 13%. Sedangkan untuk responden yang memiliki usaha sekitar 6 – 10 tahun berjumlah 38 orang atau sebesar 55,1%. Dan untuk responden yang memiliki usaha sekitar 11 - 15 tahun berjumlah 22 orang atau sebesar 31,9%.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan pendidikan terakhir responden, maka data yang diperoleh dapat dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 11
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir
Pendidikan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SMP	3	4,3	4,3	4,3
SMA	39	56,5	56,5	60,9
SMK	14	20,3	20,3	81,2
D3	7	10,1	10,1	91,3
S1	6	8,7	8,7	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Pada tabel 11 dapat dilihat bahwa pada urutan pertama yakni responden dengan lulusan SMP berjumlah 3 orang atau sebesar 4,3%. Pada urutan kedua terdapat responden dengan lulusan SMA berjumlah 39 orang atau sebesar 56,5%. Pada urutan ketiga adapula responden dengan lulusan SMK berjumlah 14 orang atau sebesar 20,3%. Dan pada urutan keempat dan kelima yakni responden dengan lulusan D3 dan S1 masing-masing berjumlah 7 orang atau sebesar 10,1% dan berjumlah 6 orang atau sebesar 8,7%.

C. Deskripsi Data Penelitian

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini, penulis mengajukan seperangkat kuesioner kepada responden yang berjumlah 69 orang. Kuesioner tersebut kemudian diteliti lebih lanjut dengan menggunakan program SPSS *for windows* versi 26.

Kuesioner yang diajukan terdiri dari sejumlah pernyataan yang mewakili 4 variabel sesuai dengan jumlah variabel yang ada. Keempat instrumen penelitian yang berbentuk kuesioner tersebut mengenai keberhasilan usaha (Y), inovasi produk (X_1), lokasi usaha (X_2), dan kebijakan pemerintah (X_3).

Penulisan keempat instrumen penelitian tersebut menggunakan Skala Likert. Untuk setiap item pernyataan yang diajukan memiliki skala jawaban 1, 2, 3, 4, dan 5. Untuk setiap item, skor tertinggi adalah 5 yakni jawaban sangat setuju, sedangkan skor terendah adalah 1 yakni jawaban sangat tidak setuju.

Berikut merupakan hasil tanggapan responden mengenai kuesioner dari variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*), yakni:

1. Keberhasilan Usaha (Y)

Data yang telah dikumpulkan kemudian dideskripsikan sehingga mempermudah pembaca dalam memahaminya. Pendeskripsian data menggunakan tabel tanggapan responden. Hasil pengolahan data yang disajikan di bawah ini merupakan

penjelasan mengenai pengolahan data dengan menggunakan program SPSS *for windows* versi 26.

Tabel 12

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dapat berhasil karena memiliki citra yang positif”**

Y.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2,9	2,9	2,9
Ragu-Ragu	7	10,1	10,1	13,0
Valid Setuju	22	31,9	31,9	44,9
Sangat Setuju	38	55,1	55,1	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 12 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 38 orang atau sebesar 55,1% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 2 orang atau sebesar 2,9% menjawab tidak setuju mengenai “UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dapat berhasil karena memiliki citra yang positif”.

Tabel 85

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri
Kecil (PIK) Pulogadung dapat berhasil karena memiliki
konsistensi yang kuat dalam menjalankan kegiatan usaha”**

Y.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1,4	1,4	1,4
Ragu-Ragu	7	10,1	10,1	11,6
Valid Setuju	19	27,5	27,5	39,1
Sangat Setuju	42	60,9	60,9	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 13 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 42 orang atau sebesar 60,9% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 1 orang atau sebesar 1,4% menjawab tidak setuju mengenai “UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dapat berhasil karena memiliki konsistensi yang kuat dalam menjalankan kegiatan usaha”.

Tabel 86

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri
Kecil (PIK) Pulogadung dapat berhasil karena memiliki
pelanggan yang loyal”**

Y.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1,4	1,4	1,4
Ragu-Ragu	6	8,7	8,7	10,1
Valid Setuju	29	42,0	42,0	52,2
Sangat Setuju	33	47,8	47,8	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 14 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 33 orang atau sebesar 47,8% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 1 orang atau sebesar 1,4% menjawab tidak setuju mengenai “UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dapat berhasil karena memiliki pelanggan yang loyal”.

Tabel 87

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri
Kecil (PIK) Pulogadung dapat berhasil karena memiliki
intelijen pemasaran yang baik”**

Y.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2,9	2,9	2,9
Ragu-Ragu	15	21,7	21,7	24,6
Valid Setuju	34	49,3	49,3	73,9
Sangat Setuju	18	26,1	26,1	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 15 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 34 orang atau sebesar 49,3% menjawab setuju dan minoritas responden dengan jumlah 2 orang atau sebesar 2,9% menjawab tidak setuju mengenai “UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dapat berhasil karena memiliki intelijen pemasaran yang baik”.

Tabel 88

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri
Kecil (PIK) Pulogadung dapat berhasil karena memiliki tenaga
kerja yang kompeten”**

Y.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	3	4,3	4,3	4,3
Ragu-Ragu	6	8,7	8,7	13,0
Valid Setuju	18	26,1	26,1	39,1
Sangat Setuju	42	60,9	60,9	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 16 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 42 orang atau sebesar 60,9% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 3 orang atau sebesar 4,3% menjawab tidak setuju mengenai “UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dapat berhasil karena memiliki tenaga kerja yang kompeten”.

Tabel 89

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri
Kecil (PIK) Pulogadung dapat berhasil karena memiliki
kualitas produksi yang bagus”**

Y.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1,4	1,4	1,4
Ragu-Ragu	2	2,9	2,9	4,3
Valid Setuju	7	10,1	10,1	14,5
Sangat Setuju	59	85,5	85,5	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 17 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 59 orang atau sebesar 85,5% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 1 orang atau sebesar 1,4% menjawab tidak setuju mengenai “UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dapat berhasil karena memiliki kualitas produksi yang bagus”.

Tabel 90

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dapat berhasil karena memiliki target pendapatan yang dapat tercapai dalam waktu yang ditentukan”**

Y.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu-Ragu	7	10,1	10,1	10,1
Valid Setuju	29	42,0	42,0	52,2
Sangat Setuju	33	47,8	47,8	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 18 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 33 orang atau sebesar 47,8% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 7 orang atau sebesar 10,1% menjawab ragu-ragu mengenai “UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dapat berhasil karena memiliki target pendapatan yang dapat tercapai dalam waktu yang ditentukan”.

Tabel 91

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri
Kecil (PIK) Pulogadung dapat berhasil karena memiliki daya
saing yang kuat”**

Y.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu-Ragu	3	4,3	4,3	4,3
Valid Setuju	15	21,7	21,7	26,1
Sangat Setuju	51	73,9	73,9	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 19 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 51 orang atau sebesar 73,9% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 3 orang atau sebesar 4,3% menjawab ragu-ragu mengenai “UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dapat berhasil karena memiliki daya saing yang kuat”.

Tabel 92

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri
Kecil (PIK) Pulogadung dapat berhasil karena memiliki
peningkatan modal”**

Y.9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2,9	2,9	2,9
Ragu-Ragu	5	7,2	7,2	10,1
Valid Setuju	22	31,9	31,9	42,0
Sangat Setuju	40	58,0	58,0	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 20 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 40 orang atau sebesar 58% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 2 orang atau sebesar 2,9% menjawab tidak setuju mengenai “UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dapat berhasil karena memiliki peningkatan modal”.

Tabel 93

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri
Kecil (PIK) Pulogadung dapat berhasil karena memiliki
produktivitas dalam penjualan”**

Y.10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu-Ragu	3	4,3	4,3	4,3
Valid Setuju	9	13,0	13,0	17,4
Sangat Setuju	57	82,6	82,6	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 21 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 57 orang atau sebesar 82,6% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 3 orang atau sebesar 4,3% menjawab ragu-ragu mengenai “UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dapat berhasil karena memiliki produktivitas dalam penjualan”.

2. Inovasi Produk (X₁)

Data yang telah dikumpulkan kemudian dideskripsikan sehingga mempermudah pembaca dalam memahaminya. Pendeskripsian data menggunakan tabel tanggapan responden. Hasil pengolahan data yang disajikan di bawah ini merupakan

penjelasan mengenai pengolahan data dengan menggunakan program SPSS *for windows* versi 26.

Tabel 22
Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“Melakukan inovasi produk dapat mendorong keberhasilan
usaha pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan
Industri Kecil (PIK) Pulogadung”

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-Ragu	6	8,7	8,7	8,7
Setuju	31	44,9	44,9	53,6
Sangat Setuju	32	46,4	46,4	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 22 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 32 orang atau sebesar 46,4% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 6 orang atau sebesar 8,7% menjawab ragu-ragu mengenai “Melakukan inovasi produk dapat mendorong keberhasilan usaha pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung”.

Tabel 95

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“Menciptakan produk baru yang belum pernah ada
sebelumnya dapat memberikan nilai positif terhadap UKM
Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil
(PIK) Pulogadung, sehingga mendorong kepada keberhasilan
usaha”**

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-Ragu	7	10,1	10,1	10,1
Valid Setuju	25	36,2	36,2	46,4
Valid Sangat Setuju	37	53,6	53,6	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 23 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 37 orang atau sebesar 53,6% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 7 orang atau sebesar 10,1% menjawab ragu-ragu mengenai “Menciptakan produk baru yang belum pernah ada sebelumnya dapat memberikan nilai positif terhadap UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung, sehingga mendorong kepada keberhasilan usaha”.

Tabel 96

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“Menciptakan produk baru dapat menghidupkan Kawasan
Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung lebih ramai,
sehingga mendorong kepada keberhasilan usaha”**

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu-Ragu	10	14,5	14,5	14,5
Valid Setuju	31	44,9	44,9	59,4
Sangat Setuju	28	40,6	40,6	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 24 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 31 orang atau sebesar 44,9% menjawab setuju dan minoritas responden dengan jumlah 10 orang atau sebesar 14,5% menjawab ragu-ragu mengenai “Menciptakan produk baru dapat menghidupkan Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung lebih ramai, sehingga mendorong kepada keberhasilan usaha”.

Tabel 97

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“Menciptakan produk baru dapat menghadirkan nuansa baru terhadap kegiatan usaha di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung lebih ramai, sehingga mendorong kepada keberhasilan usaha”**

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu-Ragu	12	17,4	17,4	17,4
Valid Setuju	30	43,5	43,5	60,9
Sangat Setuju	27	39,1	39,1	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 25 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 30 orang atau sebesar 43,5% menjawab setuju dan minoritas responden dengan jumlah 12 orang atau sebesar 17,4% menjawab ragu-ragu mengenai “Menciptakan produk baru dapat menghadirkan nuansa baru terhadap kegiatan usaha di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung lebih ramai, sehingga mendorong kepada keberhasilan usaha”.

Tabel 98

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“Menciptakan variasi baru terhadap produk yang telah ada dapat menghadirkan pilihan yang beragam bagi pelanggan di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung lebih ramai, sehingga mendorong kepada keberhasilan usaha”**

X1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	4	5,8	5,8	5,8
Ragu-Ragu	8	11,6	11,6	17,4
Valid Setuju	25	36,2	36,2	53,6
Sangat Setuju	32	46,4	46,4	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 26 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 32 orang atau sebesar 46,4% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 4 orang atau sebesar 5,8% menjawab tidak setuju mengenai “Menciptakan variasi baru terhadap produk yang telah ada dapat menghadirkan pilihan yang beragam bagi pelanggan di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung lebih ramai, sehingga mendorong kepada keberhasilan usaha”.

Tabel 99

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“Melakukan perbaikan terhadap produk yang telah ada dapat menyempurnakan kualitas kerja atau kegunaan dari produk tersebut, sehingga mendorong kepada keberhasilan usaha”**

X1.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1,4	1,4	1,4
Ragu-Ragu	3	4,3	4,3	5,8
Valid Setuju	17	24,6	24,6	30,4
Sangat Setuju	48	69,6	69,6	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 27 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 48 orang atau sebesar 69,6% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 1 orang atau sebesar 1,4% menjawab tidak setuju mengenai “Melakukan perbaikan terhadap produk yang telah ada dapat menyempurnakan kualitas kerja atau kegunaan dari produk tersebut, sehingga mendorong kepada keberhasilan usaha”.

Tabel 100

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“Melakukan perbaikan terhadap produk yang telah ada dapat menyempurnakan tampilan dari produk tersebut, sehingga mendorong kepada keberhasilan usaha”**

X1.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu-Ragu	8	11,6	11,6	11,6
Valid Setuju	34	49,3	49,3	60,9
Sangat Setuju	27	39,1	39,1	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 28 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 34 orang atau sebesar 49,3% menjawab setuju dan minoritas responden dengan jumlah 8 orang atau sebesar 11,6% menjawab ragu-ragu mengenai “Melakukan perbaikan terhadap produk yang telah ada dapat menyempurnakan tampilan dari produk tersebut, sehingga mendorong kepada keberhasilan usaha”.

Tabel 101

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“Menyempurnakan produk yang telah ada dapat memengaruhi minat beli pelanggan pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung, sehingga mendorong kepada keberhasilan usaha”**

X1.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu-Ragu	3	4,3	4,3	4,3
Valid Setuju	20	29,0	29,0	33,3
Sangat Setuju	46	66,7	66,7	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 29 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 46 orang atau sebesar 66,7% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 3 orang atau sebesar 4,3% menjawab ragu-ragu mengenai “Menyempurnakan produk yang telah ada dapat memengaruhi minat beli pelanggan pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung, sehingga mendorong kepada keberhasilan usaha”.

Tabel 102

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“Menciptakan produk yang telah ada dengan harga yang lebih rendah dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung, sehingga mendorong kepada keberhasilan usaha”**

X1.9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2,9	2,9	2,9
Ragu-Ragu	6	8,7	8,7	11,6
Valid Setuju	24	34,8	34,8	46,4
Sangat Setuju	37	53,6	53,6	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 30 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 37 orang atau sebesar 53,6% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 2 orang atau sebesar 2,9% menjawab tidak setuju mengenai “Menciptakan produk yang telah ada dengan harga yang lebih rendah dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung, sehingga mendorong kepada keberhasilan usaha”.

Tabel 103

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“Menciptakan produk dengan harga yang lebih rendah dari produk-produk sebelumnya dapat mendorong keberhasilan usaha di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung, sehingga mendorong kepada keberhasilan usaha”**

X1.10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu-Ragu	2	2,9	2,9	2,9
Setuju	12	17,4	17,4	20,3
Sangat Setuju	55	79,7	79,7	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 31 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 55 orang atau sebesar 79,7% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 2 orang atau sebesar 2,9% menjawab ragu-ragu mengenai “Menciptakan produk dengan harga yang lebih rendah dari produk-produk sebelumnya dapat mendorong keberhasilan usaha di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung, sehingga mendorong kepada keberhasilan usaha”.

3. Lokasi Usaha (X₂)

Data yang telah dikumpulkan kemudian dideskripsikan sehingga mempermudah pembaca dalam memahaminya. Pendeskripsian data menggunakan tabel tanggapan responden. Hasil pengolahan data yang disajikan di bawah ini merupakan penjelasan mengenai pengolahan data dengan menggunakan program SPSS *for windows* versi 26.

Tabel 32

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung
dapat dilalui oleh berbagai jenis kendaraan sehingga
mempermudah aksesibilitas yang dapat mendorong kepada
keberhasilan usaha”**

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	5	7,2	7,2	7,2
Ragu-Ragu	6	8,7	8,7	15,9
Valid Setuju	28	40,6	40,6	56,5
Sangat Setuju	30	43,5	43,5	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 32 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 30 orang atau sebesar 43,5% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 5 orang atau sebesar 7,2% menjawab tidak setuju mengenai “Kawasan

Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dapat dilalui oleh berbagai jenis kendaraan sehingga mempermudah aksesibilitas yang dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”.

Tabel 33

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dilalui oleh transportasi umum sehingga mempermudah keterjangkauan lokasi, maka dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”**

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	4	5,8	5,8	5,8
Ragu-Ragu	5	7,2	7,2	13,0
Valid Setuju	24	34,8	34,8	47,8
Sangat Setuju	36	52,2	52,2	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 33 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 36 orang atau sebesar 52,2% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 4 orang atau sebesar 5,8% menjawab tidak setuju mengenai “Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dilalui oleh transportasi umum sehingga mempermudah keterjangkauan lokasi, maka dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”.

Tabel 106

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung
dapat terlihat jelas dari segala arah, sehingga dapat
mendorong kepada keberhasilan usaha”**

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1,4	1,4	1,4
Ragu-Ragu	11	15,9	15,9	17,4
Valid Setuju	29	42,0	42,0	59,4
Sangat Setuju	28	40,6	40,6	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 34 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 29 orang atau sebesar 42% menjawab setuju dan minoritas responden dengan jumlah 1 orang atau sebesar 1,4% menjawab tidak setuju mengenai “Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dapat terlihat jelas dari segala arah, sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”.

Tabel 107

Tanggapan responden mengenai pernyataan:

“Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung sebagai jalan penghubung yang selalu ramai dilintasi oleh banyak orang memberikan peluang yang besar untuk terjadinya *buying*, sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”

X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1,4	1,4	1,4
Ragu-Ragu	12	17,4	17,4	18,8
Valid Setuju	27	39,1	39,1	58,0
Sangat Setuju	29	42,0	42,0	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 35 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 29 orang atau sebesar 42% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 1 orang atau sebesar 1,4% menjawab tidak setuju mengenai “Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung sebagai jalan penghubung yang selalu ramai dilintasi oleh banyak orang memberikan peluang yang besar untuk terjadinya *buying*, sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”.

Tabel 108

Tanggapan responden mengenai pernyataan:

“Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung memiliki tempat yang cukup luas sehingga dapat memberikan kelancaran kepada para pelaku UKM Industri Kreatif dalam menjalankan usahanya, sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”

X2.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	3	4,3	4,3	4,3
Ragu-Ragu	8	11,6	11,6	15,9
Valid Setuju	23	33,3	33,3	49,3
Sangat Setuju	35	50,7	50,7	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 36 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 35 orang atau sebesar 50,7% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 3 orang atau sebesar 4,3% menjawab tidak setuju mengenai “Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung memiliki tempat yang cukup luas sehingga dapat memberikan kelancaran kepada para pelaku UKM Industri Kreatif dalam menjalankan usahanya, sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”.

Tabel 109

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung memiliki tempat yang cukup luas sehingga memungkinkan apabila terjadi perluasan usaha di kemudian hari, sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”**

X2.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2,9	2,9	2,9
Ragu-Ragu	5	7,2	7,2	10,1
Valid Setuju	17	24,6	24,6	34,8
Sangat Setuju	45	65,2	65,2	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 37 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 45 orang atau sebesar 65,2% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 2 orang atau sebesar 2,9% menjawab tidak setuju mengenai “Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung memiliki tempat yang cukup luas sehingga memungkinkan apabila terjadi perluasan usaha di kemudian hari, sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”.

Tabel 110

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung
memiliki daerah sekitar yang mendukung kegiatan usaha,
sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”**

X2.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1,4	1,4	1,4
Ragu-Ragu	9	13,0	13,0	14,5
Valid Setuju	31	44,9	44,9	59,4
Sangat Setuju	28	40,6	40,6	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 38 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 31 orang atau sebesar 44,9% menjawab setuju dan minoritas responden dengan jumlah 1 orang atau sebesar 1,4% menjawab tidak setuju mengenai “Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung memiliki daerah sekitar yang mendukung kegiatan usaha, sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”.

Tabel 111

Tanggapan responden mengenai pernyataan:

“Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung memiliki daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan, sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”

X2.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu-Ragu	5	7,2	7,2	7,2
Valid Setuju	18	26,1	26,1	33,3
Sangat Setuju	46	66,7	66,7	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 39 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 46 orang atau sebesar 66,7% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 5 orang atau sebesar 7,2% menjawab ragu-ragu mengenai “Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung memiliki daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan, sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”.

Tabel 112

Tanggapan responden mengenai pernyataan:

“Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung merupakan kawasan yang disediakan oleh pemerintah sehingga memberikan keamanan kepada para pelaku UKM Industri Kreatif untuk dapat menjalankan kegiatan usahanya, sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”

X2.9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2,9	2,9	2,9
Ragu-Ragu	7	10,1	10,1	13,0
Valid Setuju	23	33,3	33,3	46,4
Sangat Setuju	37	53,6	53,6	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 40 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 37 orang atau sebesar 53,6% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 2 orang atau sebesar 2,9% menjawab tidak setuju mengenai “Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung merupakan kawasan yang disediakan oleh pemerintah sehingga memberikan keamanan kepada para pelaku UKM Industri Kreatif untuk dapat menjalankan kegiatan usahanya, sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”.

Tabel 113

Tanggapan responden mengenai pernyataan:

“Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung merupakan kawasan yang disediakan oleh pemerintah sehingga memberikan kenyamanan kepada para pelaku UKM Industri Kreatif untuk dapat menjalankan kegiatan usahanya, sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”

X2.10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu-Ragu	2	2,9	2,9	2,9
Valid Setuju	12	17,4	17,4	20,3
Sangat Setuju	55	79,7	79,7	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 41 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 55 orang atau sebesar 79,7% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 2 orang atau sebesar 2,9% menjawab ragu-ragu mengenai “Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung merupakan kawasan yang disediakan oleh pemerintah sehingga memberikan kenyamanan kepada para pelaku UKM Industri Kreatif untuk dapat menjalankan kegiatan usahanya, sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”.

4. Kebijakan Pemerintah (X₃)

Data yang telah dikumpulkan kemudian dideskripsikan sehingga mempermudah pembaca dalam memahaminya. Pendeskripsian data menggunakan tabel tanggapan responden. Hasil pengolahan data yang disajikan di bawah ini merupakan penjelasan mengenai pengolahan data dengan menggunakan program SPSS *for windows* versi 26.

Tabel 42

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“Bantuan yang diberikan oleh pemerintah dapat menunjang kegiatan usaha yang dilakukan oleh para pelaku UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung, sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”**

X3.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2,9	2,9	2,9
Ragu-Ragu	9	13,0	13,0	15,9
Valid Setuju	32	46,4	46,4	62,3
Sangat Setuju	26	37,7	37,7	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 42 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 32 orang atau sebesar 46,4% menjawab setuju dan minoritas responden dengan jumlah 2 orang atau sebesar

2,9% menjawab tidak setuju mengenai “Bantuan yang diberikan oleh pemerintah dapat menunjang kegiatan usaha yang dilakukan oleh para pelaku UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung, sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”.

Tabel 43

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
 “Bantuan yang diberikan oleh pemerintah mendukung para pelaku UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung untuk dapat mengembangkan usahanya, sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”**

X3.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2,9	2,9	2,9
Ragu-Ragu	9	13,0	13,0	15,9
Valid Setuju	32	46,4	46,4	62,3
Sangat Setuju	26	37,7	37,7	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 43 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 32 orang atau sebesar 46,4% menjawab setuju dan minoritas responden dengan jumlah 2 orang atau sebesar 2,9% menjawab tidak setuju mengenai “Bantuan yang diberikan oleh pemerintah mendukung para pelaku UKM Industri Kreatif di

Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung untuk dapat mengembangkan usahanya, sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”.

Tabel 44

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“Bantuan yang diberikan oleh pemerintah dapat mendorong keberhasilan UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung”**

X3.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2,9	2,9	2,9
Ragu-Ragu	10	14,5	14,5	17,4
Valid Setuju	31	44,9	44,9	62,3
Sangat Setuju	26	37,7	37,7	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 44 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 31 orang atau sebesar 44,9% menjawab setuju dan minoritas responden dengan jumlah 2 orang atau sebesar 2,9% menjawab tidak setuju mengenai “Bantuan yang diberikan oleh pemerintah dapat mendorong keberhasilan UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung”.

Tabel 117

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“Kebijakan pemerintah dalam melakukan penempatan pelaku
UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri
Kecil (PIK) Pulogadung dapat mendorong kepada
keberhasilan usaha”**

X3.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	4	5,8	5,8	5,8
Ragu-Ragu	17	24,6	24,6	30,4
Valid Setuju	29	42,0	42,0	72,5
Sangat Setuju	19	27,5	27,5	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 45 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 29 orang atau sebesar 42% menjawab setuju dan minoritas responden dengan jumlah 4 orang atau sebesar 5,8% menjawab tidak setuju mengenai “Kebijakan pemerintah dalam melakukan penempatan pelaku UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”.

Tabel 118

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“Kebijakan pemerintah dalam melakukan promosi Kawasan
Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dapat
mendorong kepada keberhasilan usaha”**

X3.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	3	4,3	4,3	4,3
Ragu-Ragu	10	14,5	14,5	18,8
Valid Setuju	23	33,3	33,3	52,2
Sangat Setuju	33	47,8	47,8	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 46 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 33 orang atau sebesar 47,8% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 3 orang atau sebesar 4,3% menjawab tidak setuju mengenai “Kebijakan pemerintah dalam melakukan promosi Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”.

Tabel 119

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“Kebijakan pemerintah dalam melakukan pembangunan lokasi sekitar Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung sehingga memajukan perekonomian sekitar dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”**

X3.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	3	4,3	4,3	4,3
Ragu-Ragu	2	2,9	2,9	7,2
Valid Setuju	19	27,5	27,5	34,8
Sangat Setuju	45	65,2	65,2	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 47 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 45 orang atau sebesar 65,2% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 3 orang atau sebesar 4,3% menjawab tidak setuju mengenai “Kebijakan pemerintah dalam melakukan pembangunan lokasi sekitar Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung sehingga memajukan perekonomian sekitar dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”.

Tabel 120

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“Kepastian hukum berupa kebijakan pemerintah memberikan perlindungan berusaha bagi para pelaku UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung, sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”**

X3.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu-Ragu	6	8,7	8,7	8,7
Valid Setuju	25	36,2	36,2	44,9
Sangat Setuju	38	55,1	55,1	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 48 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 38 orang atau sebesar 55,1% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 6 orang atau sebesar 8,7% menjawab ragu-ragu mengenai “Kepastian hukum berupa kebijakan pemerintah memberikan perlindungan berusaha bagi para pelaku UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung, sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”.

Tabel 121

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“Pembinaan yang diadakan oleh pemerintah dapat melatih para pelaku UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dalam berpikir kreatif, sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”**

X3.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu-Ragu	3	4,3	4,3	4,3
Valid Setuju	17	24,6	24,6	29,0
Sangat Setuju	49	71,0	71,0	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 49 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 49 orang atau sebesar 71% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 3 orang atau sebesar 4,3% menjawab ragu-ragu mengenai “Pembinaan yang diadakan oleh pemerintah dapat melatih para pelaku UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dalam berpikir kreatif, sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”.

Tabel 122

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“Pembinaan yang diadakan oleh pemerintah dapat melatih
para pelaku UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan
Industri Kecil (PIK) Pulogadung dalam berpikir inovatif,
sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”**

X3.9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu-Ragu	3	4,3	4,3	4,3
Valid Setuju	18	26,1	26,1	30,4
Sangat Setuju	48	69,6	69,6	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 50 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 48 orang atau sebesar 69,6% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 3 orang atau sebesar 4,3% menjawab ragu-ragu mengenai “Pembinaan yang diadakan oleh pemerintah dapat melatih para pelaku UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dalam berpikir inovatif, sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”.

Tabel 51

**Tanggapan responden mengenai pernyataan:
“Pembinaan yang diadakan oleh pemerintah dapat mendorong para pelaku UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dalam mengembangkan usahanya, sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”**

X3.10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu-Ragu	1	1,4	1,4	1,4
Valid Setuju	15	21,7	21,7	23,2
Sangat Setuju	53	76,8	76,8	100,0
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 51 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dengan jumlah 53 orang atau sebesar 76,8% menjawab sangat setuju dan minoritas responden dengan jumlah 1 orang atau sebesar 1,4% menjawab ragu-ragu mengenai “Pembinaan yang diadakan oleh pemerintah dapat mendorong para pelaku UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dalam mengembangkan usahanya, sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha”.

D. Analisis Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu data yakni kuesioner. Pengujian validitas instrumen penelitian digunakan dengan menggunakan program SPSS *for windows*, dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Hasil uji validitas dengan menggunakan program SPSS *for windows* dapat dilihat pada tabel 52 berikut ini:

Tabel 52
Uji Validitas
Keberhasilan Usaha (Y)

Nomor	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,658	0,237	Valid
2	0,679	0,237	Valid
3	0,508	0,237	Valid
4	0,450	0,237	Valid
5	0,508	0,237	Valid
6	0,464	0,237	Valid
7	0,458	0,237	Valid
8	0,522	0,237	Valid
9	0,660	0,237	Valid
10	0,536	0,237	Valid

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Pada tabel 52 dapat diketahui hasil pengujian data menunjukkan bahwa 10 butir pernyataan pada variabel keberhasilan usaha (Y) menghasilkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka, dapat disimpulkan bahwa 10 butir pernyataan pada tabel 52 adalah valid.

Tabel 53
Uji Validitas
Inovasi Produk (X₁)

Nomor	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,660	0,237	Valid
2	0,573	0,237	Valid
3	0,611	0,237	Valid
4	0,447	0,237	Valid
5	0,529	0,237	Valid
6	0,481	0,237	Valid
7	0,692	0,237	Valid
8	0,583	0,237	Valid
9	0,509	0,237	Valid
10	0,497	0,237	Valid

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Pada tabel 53 dapat diketahui hasil pengujian data menunjukkan bahwa 10 butir pernyataan pada variabel inovasi produk (X₁) menghasilkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka, dapat disimpulkan bahwa 10 butir pernyataan pada tabel 53 adalah valid.

Tabel 126
Uji Validitas
Lokasi Usaha (X_2)

Nomor	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,680	0,237	Valid
2	0,673	0,237	Valid
3	0,600	0,237	Valid
4	0,507	0,237	Valid
5	0,414	0,237	Valid
6	0,476	0,237	Valid
7	0,681	0,237	Valid
8	0,660	0,237	Valid
9	0,510	0,237	Valid
10	0,513	0,237	Valid

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Pada tabel 54 dapat diketahui hasil pengujian data menunjukkan bahwa 10 butir pernyataan pada variabel lokasi usaha (X_2) menghasilkan nilai r hitung > r tabel. Maka, dapat disimpulkan bahwa 10 butir pernyataan pada tabel 54 adalah valid.

Tabel 127
Uji Validitas
Kebijakan Pemerintah (X_3)

Nomor	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,714	0,237	Valid
2	0,714	0,237	Valid
3	0,711	0,237	Valid
4	0,427	0,237	Valid
5	0,417	0,237	Valid
6	0,517	0,237	Valid
7	0,427	0,237	Valid
8	0,430	0,237	Valid
9	0,467	0,237	Valid
10	0,461	0,237	Valid

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Pada tabel 55 dapat diketahui hasil pengujian data menunjukkan bahwa 10 butir pernyataan pada variabel kebijakan pemerintah (X_3) menghasilkan nilai r hitung > r tabel. Maka, dapat disimpulkan bahwa 10 butir pernyataan pada tabel 55 adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu data yakni kuesioner. Pengujian reliabilitas instrumen penelitian digunakan dengan menggunakan program SPSS *for windows*, dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$, maka pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.
- b. Jika $r_{\alpha} < r_{\text{tabel}}$, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Pada hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS *for windows* untuk melakukan pengujian terhadap reliabilitas pada kuesioner yang diajukan, diperoleh data output sebagai berikut:

Tabel 56
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keputusan	Keterangan
Keberhasilan Usaha (Y)	0,733	0,61 - 0,80	H ₀ ditolak	Reliabel
Inovasi Produk (X ₁)	0,745	0,61 - 0,80	H ₀ ditolak	Reliabel
Lokasi Usaha (X ₂)	0,764	0,61 - 0,80	H ₀ ditolak	Reliabel
Kebijakan Pemerintah (X ₃)	0,710	0,61 - 0,80	H ₀ ditolak	Reliabel

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Berdasarkan tabel 56, dapat diketahui bahwa:

- a. Diperoleh koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach* pada variabel keberhasilan usaha (Y) sebesar 0,733 yang berarti reliabel

- dikarenakan terletak pada angka standar *Alpha Cronbach* yakni 0,61 - 0,80.
- b. Diperoleh koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach* pada variabel inovasi produk (X_1) sebesar 0,745 yang berarti reliabel dikarenakan terletak pada angka standar *Alpha Cronbach* yakni 0,61 - 0,80.
 - c. Diperoleh koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach* pada variabel lokasi usaha (X_2) sebesar 0,764 yang berarti reliabel dikarenakan terletak pada angka standar *Alpha Cronbach* yakni 0,61 - 0,80.
 - d. Diperoleh koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach* pada variabel kebijakan pemerintah (X_3) sebesar 0,710 yang berarti reliabel dikarenakan terletak pada angka standar *Alpha Cronbach* yakni 0,61 - 0,80.

E. Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian

1. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dapat menggunakan model regresi linear berganda dalam menganalisis variabel-variabel, maka terlebih dahulu diuji syarat-syarat yang harus dipenuhi. Dengan kata lain menguji dengan model asumsi klasik, yakni sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data yang akan dianalisis. Model regresi

yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Untuk melihat normalitas data menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*, histogram, dan grafik.

1) Pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*

Uji normalitas dapat dilakukan dengan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* (1 sample KS). Hasil uji normalitas dengan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan program SPSS *for windows* dapat dilihat pada tabel 57 berikut ini:

Tabel 57
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Keberhasilan Usaha	Inovasi Produk	Lokasi Usaha	Kebijakan Pemerintah
N		69	69	69	69
Normal	Mean	44,75	44,20	43,78	43,78
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	3,778	3,764	4,308	3,784
Most Extreme Differences	Absolute	0,106	0,089	0,102	0,092
	Positive	0,082	0,085	0,074	0,088
	Negative	-0,106	-0,089	-0,102	-0,092
Test Statistic		0,106	0,089	0,102	0,092
Asymp. Sig. (2-tailed)		,054 ^c	,200 ^{c,d}	,070 ^c	,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

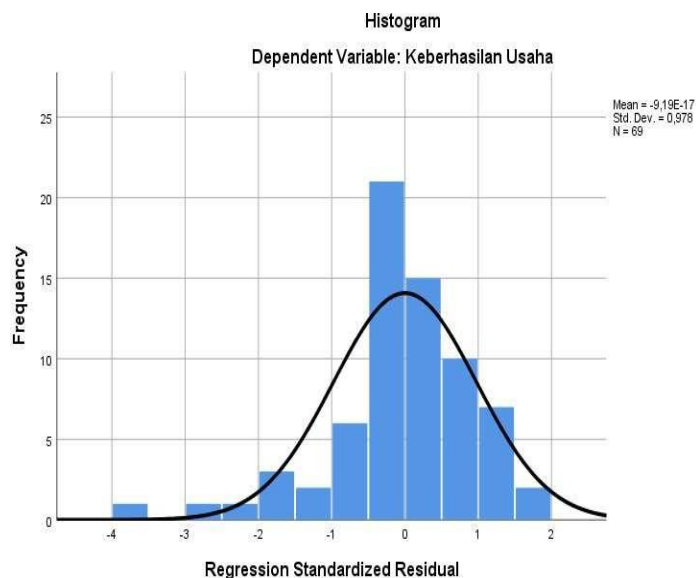
Berdasarkan tabel 57 diketahui bahwa:

- a) Pada kolom variabel keberhasilan usaha (Y) terdapat probabilitas signifikan 0,054 (*Asymp. Sig. 2-tailed*). Oleh karena itu, penempatan ini berdasarkan data olahan telah memenuhi syarat normalitas yakni dengan probabilitas $> 0,05$, maka data variabel keberhasilan usaha terdistribusi secara normal, dan dapat digunakan dalam penelitian.
- b) Pada kolom variabel inovasi produk (X_1) terdapat probabilitas signifikan 0,200 (*Asymp. Sig. 2-tailed*). Oleh karena itu, penempatan ini berdasarkan data olahan telah memenuhi syarat normalitas yakni dengan probabilitas $> 0,05$, maka data variabel keberhasilan usaha terdistribusi secara normal, dan dapat digunakan dalam penelitian.
- c) Pada kolom variabel lokasi usaha (X_2) terdapat probabilitas signifikan 0,070 (*Asymp. Sig. 2-tailed*). Oleh karena itu, penempatan ini berdasarkan data olahan telah memenuhi syarat normalitas yakni dengan probabilitas $> 0,05$, maka data variabel keberhasilan usaha terdistribusi secara normal, dan dapat digunakan dalam penelitian.
- d) Pada kolom variabel kebijakan pemerintah (X_3) terdapat probabilitas signifikan 0,200 (*Asymp. Sig. 2-*

tailed). Oleh karena itu, penempatan ini berdasarkan data olahan telah memenuhi syarat normalitas yakni dengan probabilitas $> 0,05$, maka data variabel keberhasilan usaha terdistribusi secara normal, dan dapat digunakan dalam penelitian.

2) Pendekatan Histogram

Uji normalitas dapat dilakukan dengan pendekatan histogram. Hasil uji normalitas dengan pendekatan histogram dengan menggunakan program SPSS *for windows* dapat dilihat pada gambar 2 berikut ini:



Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

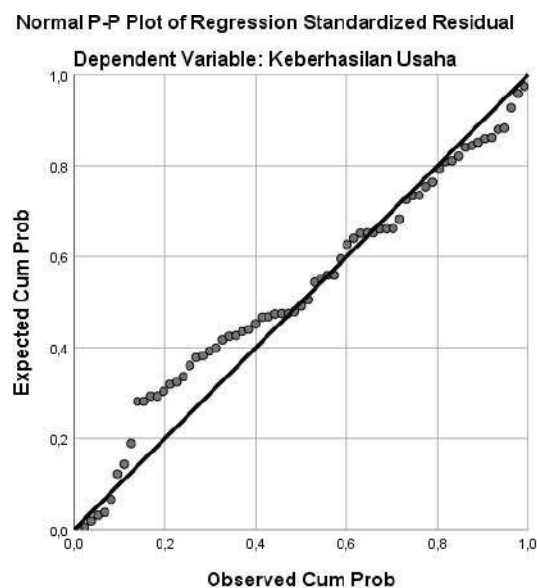
Gambar 2

Gambar 2 menunjukkan hasil *Regression Standardized Residual* pada histogram, terlihat bahwa

pola tidak melenceng ke kiri ataupun ke kanan dan membentuk pola lonceng, sehingga data terdistribusi normal.

3) Pendekatan Grafik

Uji normalitas dapat dilakukan dengan pendekatan grafik. Hasil uji normalitas dengan pendekatan grafik dengan menggunakan program SPSS *for windows* dapat dilihat pada gambar 3 berikut ini:



Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Gambar 3

Gambar 3 menunjukkan hasil *Normal P-Plot of Regression Standardized Residual* pada grafik, terlihat bahwa data cenderung lurus mengikuti garis diagonal sehingga data dalam penelitian ini terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent variable*). Model yang baik adalah jika tidak terjadi korelasi di antara variabel bebasnya. Hasil uji multikolinearitas dengan menggunakan program SPSS *for windows* dapat dilihat pada tabel 58 berikut ini:

Tabel 58
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Tolerance	VIF
1	(Constant)	9,421	7,489		
	Inovasi Produk	,314	,108	,976	1,024
	Lokasi Usaha	,201	,094	,999	1,001
	Kebijakan Pemerintah	,289	,108	,976	1,025

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Berdasarkan tabel 58 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* yang diperoleh untuk variabel inovasi produk sebesar 0,976. Kemudian nilai *tolerance* untuk variabel lokasi usaha sebesar 0,999. Dan nilai *tolerance* untuk variabel kebijakan pemerintah sebesar 0,976.

Selain itu, dapat diketahui pula bahwa nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) untuk variabel inovasi produk sebesar 1,024. Kemudian nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) untuk variabel lokasi usaha sebesar 1,001. Dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) untuk variabel kebijakan pemerintah sebesar 1,025.

Hasil dari ketiga variabel bebas di atas menunjukkan nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini tidak saling berkorelasi atau tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas, sehingga tidak mengandung multikolinearitas.

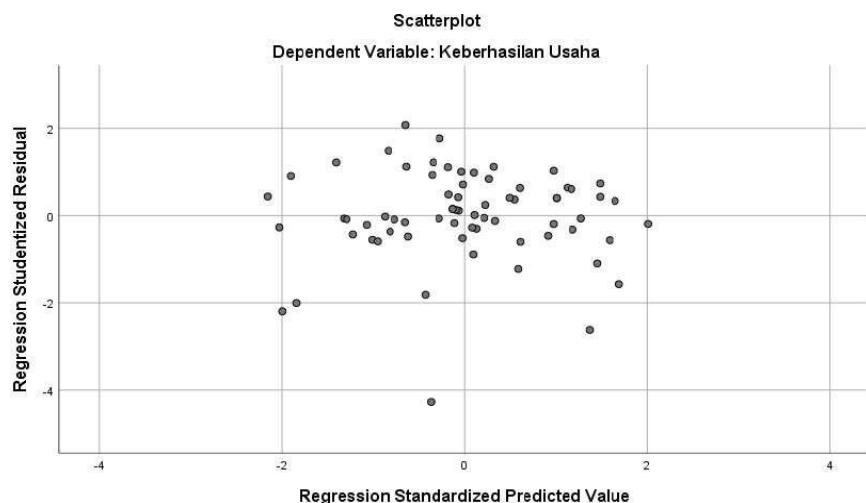
c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas pada prinsipnya ingin menguji apakah sebuah grup mempunyai varians yang sama di antara anggota grup tersebut. Jika varians sama dan yang seharusnya tidak terjadi maka dikatakan ada *homokedastisitas*, sedangkan jika varians tidak sama dikatakan *heteroskedastisitas* (Situmorang dan Lufti, 2014:121-122).

Gejala *heteroskedastisitas* dapat dilihat dengan menggunakan grafik *Scatterplot*. Apabila data yang berbentuk titik-titik tidak membentuk suatu pola atau menyebar, maka model regresi tidak terkena *heteroskedastisitas*. Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) Jika diagram pencar yang ada membentuk pola-pola tertentu yang teratur maka mengalami gangguan *heteroskedastisitas*.
- 2) Jika diagram pencar yang ada tidak membentuk pola-pola tertentu yang teratur maka regresi tidak mengalami gangguan *heteroskedastisitas*.

Hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan program SPSS *for windows* dapat dilihat pada gambar 4 berikut ini:



Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Gambar 4

Gambar 4 menunjukkan bahwa terlihat titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol (0) pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi *heteroskedastisitas* pada model regresi, sehingga model regresi layak pakai untuk

memprediksi keberhasilan usaha pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung, berdasarkan masukkan variabel inovasi produk, lokasi usaha, dan kebijakan pemerintah.

2. Analisis Pengujian Data

a. Analisis Koefisien Korelasi Parsial

Analisis koefisien korelasi parsial digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel dimana variabel lainnya yang dianggap berpengaruh dikendalikan atau dibuat tetap (sebagai variabel kontrol). Hasil analisis koefisien korelasi parsial dengan menggunakan program SPSS *for windows* dapat dilihat pada pada tabel 59, 60, dan 61 berikut ini:

Tabel 59
Analisis Koefisien Korelasi Parsial antara Inovasi Produk (X₁) Terhadap Keberhasilan Usaha (Y)
Correlations

Control Variables			Inovasi Produk	Keberhasilan Usaha
Lokasi Usaha & Kebijakan Pemerintah	Inovasi Produk	Correlation	1,000	,338
		Significance (2-tailed)	.	,005
		Df	0	65
Lokasi Usaha & Kebijakan Pemerintah	Keberhasilan Usaha	Correlation	,338	1,000
		Significance (2-tailed)	,005	.
		Df	65	0

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 59 menunjukkan hasil koefisien korelasi antara inovasi produk (X_1) terhadap keberhasilan usaha (Y) sebesar 0,338, dimana lokasi usaha (X_2) dan kebijakan pemerintah (X_3) dianggap tetap. Dari hasil tersebut berarti inovasi produk (X_1) terhadap keberhasilan usaha (Y) memiliki hubungan atau korelasi yang lemah dan positif. Dengan nilai signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$ yang memiliki arti bahwa inovasi produk (X_1) terhadap keberhasilan usaha (Y) parsial signifikan.

Tabel 60
Analisis Koefisien Korelasi Parsial antara Lokasi Usaha
(X_2) Terhadap Keberhasilan Usaha (Y)
Correlations

Control Variables			Lokasi Usaha	Keberhasilan Usaha
Inovasi Produk & Kebijakan Pemerintah	Lokasi Usaha	Correlation	1,000	,257
		Significance (2-tailed)	.	,036
		Df	0	65
	Keberhasilan Usaha	Correlation	,257	1,000
		Significance (2-tailed)	,036	.
		Df	65	0

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 60 menunjukkan hasil koefisien korelasi antara lokasi usaha (X_2) terhadap keberhasilan usaha (Y) sebesar 0,257, dimana inovasi produk (X_1) dan kebijakan pemerintah

(X₃) dianggap tetap. Dari hasil tersebut berarti lokasi usaha (X₂) terhadap keberhasilan usaha (Y) memiliki hubungan atau korelasi yang lemah dan positif. Dengan nilai signifikansi sebesar $0,036 < 0,05$ yang memiliki arti bahwa lokasi usaha (X₂) terhadap keberhasilan usaha (Y) parsial signifikan.

Tabel 61
Analisis Koefisien Korelasi Parsial antara Kebijakan
Pemerintah (X₃) Terhadap Keberhasilan Usaha (Y)
Correlations

Control Variables			Kebijakan Pemerintah	Keberhasilan Usaha
Inovasi Produk & Lokasi Usaha	Kebijakan Pemerintah	Correlation	1,000	,315
		Significance (2- tailed)	.	,009
		Df	0	65
	Keberhasilan Usaha	Correlation	,315	1,000
		Significance (2- tailed)	,009	.
		Df	65	0

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 61 menunjukkan hasil koefisien korelasi antara kebijakan pemerintah (X₃) terhadap keberhasilan usaha (Y) sebesar 0,315, dimana inovasi produk (X₁) dan lokasi usaha (X₂) dianggap tetap. Dari hasil tersebut berarti kebijakan pemerintah (X₃) terhadap keberhasilan usaha (Y) memiliki hubungan atau korelasi yang lemah dan positif. Dengan nilai

signifikansi sebesar $0,009 < 0,05$ yang memiliki arti bahwa kebijakan pemerintah (X_3) terhadap keberhasilan usaha (Y) parsial signifikan.

b. Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Analisis koefisien korelasi berganda bertujuan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel bebas (*independent variable*) dengan variabel terikat (*dependent variable*) secara bersama-sama (simultan). Hasil analisis koefisien korelasi berganda menggunakan program SPSS *for windows* dapat dilihat pada tabel 62 berikut ini:

Tabel 62
Analisis Koefisien Korelasi Berganda
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,509 ^a	,259	,225	3,327

a. Predictors: (Constant), Kebijakan Pemerintah, Lokasi Usaha, Inovasi Produk

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 62 menunjukkan bahwa koefisien korelasi antara inovasi produk (X_1), lokasi usaha (X_2), dan kebijakan pemerintah (X_3) terhadap keberhasilan usaha (Y) sebesar 0,509 yang berarti memiliki hubungan atau korelasi yang kuat dan positif.

Dengan demikian jika inovasi produk (X_1), lokasi usaha (X_2), dan kebijakan pemerintah (X_3) ditingkatkan maka keberhasilan usaha (Y) juga akan meningkat. Sebaliknya, jika inovasi produk (X_1), lokasi usaha (X_2), dan kebijakan pemerintah (X_3) tidak sesuai maka keberhasilan usaha (Y) akan menurun.

c. Analisis Koefisien Determinan atau Penentu

Analisis Koefisien Determinan atau Penentu bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas (*independent variable*) terhadap variabel terikat (*dependent variable*). Hasil analisis koefisien determinan atau penentu menggunakan program SPSS *for windows* dapat dilihat pada tabel 63 berikut ini:

Tabel 63
Analisis Koefisien Determinan atau Penentu
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,509 ^a	,259	,225	3,327

a. Predictors: (Constant), Kebijakan Pemerintah, Lokasi Usaha, Inovasi Produk

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Berdasarkan tabel 63 diketahui bahwa:

- 1) R Square sebesar 0,259 yang artinya faktor keberhasilan usaha (Y) pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dapat dijelaskan oleh inovasi produk (X_1), lokasi usaha (X_2), dan kebijakan pemerintah (X_3) sebesar 25,9% dan sisanya 74,1% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- 2) Adjusted R Square sebesar 0,225 yang artinya faktor keberhasilan usaha (Y) pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dapat dijelaskan oleh inovasi produk (X_1), lokasi usaha (X_2), dan kebijakan pemerintah (X_3) sebesar 22,5% dan sisanya 77,5% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

d. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X_1 , X_2 , dan X_3) dengan variabel terikat (Y). Hasil analisis regresi linear berganda menggunakan program SPSS *for windows* dapat dilihat pada tabel 64 berikut ini:

Tabel 64
Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,421	7,489		1,258	,213
	Inovasi Produk	,314	,108	,313	2,893	,005
	Lokasi Usaha	,201	,094	,229	2,144	,036
	Kebijakan	,289	,108	,290	2,679	,009
	Pemerintah					

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Tabel 64 menunjukkan bahwa pada kolom *Unstandardized Coefficients* diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + e$$

$$Y = 9,421 + 0,314X_1 + 0,201X_2 + 0,289X_3 + e$$

Persamaan regresi linear berganda di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 9,421 yang berarti bahwa variabel Inovasi Produk (X_1), lokasi usaha (X_2), dan kebijakan pemerintah (X_3) dianggap tetap atau tidak di bawah 0 maka seberapa pun nilai variabel X_1 , X_2 , dan X_3 akan sangat memengaruhi tingkat keberhasilan usaha (Y) pada

UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung sebesar 9,421%.

2. Inovasi produk (X_1) memiliki pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha (Y) pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dengan koefisien menunjukkan sebesar 0,314 yang berarti apabila keberhasilan usaha (Y) meningkat sebesar 1 satuan dengan menganggap faktor lain tetap, maka akan dapat meningkatkan keberhasilan usaha (Y) pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung.
3. Lokasi usaha (X_2) memiliki pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha (Y) pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dengan koefisien menunjukkan sebesar 0,201 yang berarti apabila keberhasilan usaha (Y) meningkat sebesar 1 satuan dengan menganggap faktor lain tetap, maka akan dapat meningkatkan keberhasilan usaha (Y) pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung.
4. Kebijakan pemerintah (X_3) memiliki pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha (Y) pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung dengan koefisien menunjukkan sebesar

0,289 yang berarti apabila keberhasilan usaha (Y) meningkat sebesar 1 satuan dengan menganggap faktor lain tetap, maka akan dapat meningkatkan keberhasilan usaha (Y) pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa diperoleh nilai *unstandardized coefficients* variabel inovasi produk (X_1) sebesar 0,314 yang merupakan variabel bebas dengan nilai *unstandardized coefficients* tertinggi dan nilai signifikansi terkecil sebesar 0,005. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk (X_1) merupakan variabel atau faktor yang dominan dalam mendorong keberhasilan usaha (Y) pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Uji signifikan parsial (Uji T) dilakukan untuk menguji secara parsial apakah inovasi produk (X_1), lokasi usaha (X_2), dan kebijakan pemerintah (X_3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y) pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung.

Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ atau signifikansi $t > \alpha$ (0,005), maka H_0 diterima dan H_a ditolak (berarti tidak ada hubungan yang signifikan).
- 2) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ atau signifikansi $t < \alpha$ (0,005), maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berarti ada hubungan yang signifikan).

Hasil uji signifikansi parsial (uji t) dengan menggunakan program SPSS *for windows* dapat dilihat pada tabel 65 berikut ini:

Tabel 65
Uji Signifikan Parsial (Uji T)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,421	7,489		1,258	,213
	Inovasi Produk	,314	,108	,313	2,893	,005
	Lokasi Usaha	,201	,094	,229	2,144	,036
	Kebijakan	,289	,108	,290	2,679	,009
	Pemerintah					

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Pada tabel 65 dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} untuk inovasi produk (X_1) adalah 2,893. Sedangkan untuk lokasi usaha (X_2) adalah 2,144. Dan kebijakan pemerintah (X_3)

adalah 2,679. Sedangkan, t_{tabel} dengan df ($n - k$) yakni ($69 - 3 = 66$) pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) adalah 1,997.

Berdasarkan kriteria uji hipotesis, maka dapat disimpulkan:

- 1) Inovasi produk (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y). Hal ini terlihat dari nilai signifikan $0,005 < 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 2,893 > t_{\text{tabel}} 1,997$ yang berarti bahwa apabila inovasi produk (X_1) meningkat, maka keberhasilan usaha (Y) akan meningkat pula.
- 2) Lokasi usaha (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y). Hal ini terlihat dari nilai signifikan $0,036 < 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 2,144 > t_{\text{tabel}} 1,997$ yang berarti bahwa apabila lokasi usaha (X_2) meningkat, maka keberhasilan usaha (Y) akan meningkat pula.
- 3) Kebijakan pemerintah (X_3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y). Hal ini terlihat dari nilai signifikan $0,009 < 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 2,679 > t_{\text{tabel}} 1,997$ yang berarti bahwa apabila kebijakan pemerintah (X_3) meningkat, maka keberhasilan usaha (Y) akan meningkat pula.

b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji signifikan simultan (Uji F) dilakukan untuk menguji apakah inovasi produk (X_1), lokasi usaha (X_2), dan kebijakan pemerintah (X_3) secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y).

Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) Apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ atau signifikansi $f > \alpha$ (0,005), maka H_0 diterima dan H_a ditolak (berarti tidak ada hubungan yang signifikan).
- 2) Apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ atau signifikansi $f < \alpha$ (0,005), maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berarti ada hubungan yang signifikan).

Hasil uji signifikansi simultan (uji f) dengan menggunakan program SPSS *for windows* dapat dilihat pada tabel 66 berikut ini:

Tabel 66
Uji Signifikan Simultan (Uji F)
ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	251,438	3	83,813	7,573	,000 ^b
	Residual	719,373	65	11,067		
	Total	970,812	68			

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

b. Predictors: (Constant), Kebijakan Pemerintah, Lokasi Usaha, Inovasi Produk

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 26.0

Pada tabel 66 dapat diketahui bahwa nilai f_{hitung} sebesar 7,573 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Dengan df_1 (jumlah variabel - 1) = 3 dan df_2 ($n - k - 1$) = (69 - 3 - 1) = 65, maka diperoleh f_{tabel} pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) yakni sebesar 2,513.

Dapat disimpulkan bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti inovasi produk (X_1), lokasi usaha (X_2), dan kebijakan pemerintah (X_3) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y) pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji T menunjukkan bahwa Inovasi Produk (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha (Y) pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung yang dibuktikan dengan t_{hitung} sebesar 2,893, yang mana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,893 > 1,997$), dan dengan signifikansi 0,005 yang mana ($0,005 < 0,05$).
2. Hasil uji T menunjukkan bahwa Lokasi Usaha (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha (Y) pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung yang dibuktikan dengan t_{hitung} sebesar 2,144, yang mana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,144 > 1,997$), dan dengan signifikansi 0,036 yang mana ($0,036 < 0,05$).
3. Hasil uji T menunjukkan bahwa Kebijakan Pemerintah (X_3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan

Usaha (Y) pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung yang dibuktikan dengan t_{hitung} sebesar 2,679, yang mana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,679 > 1,997$), dan dengan signifikansi 0,009 yang mana ($0,009 < 0,05$).

4. Hasil uji F menunjukkan bahwa Inovasi Produk (X_1), Lokasi Usaha (X_2), dan Kebijakan Pemerintah (X_3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha (Y) pada UKM Industri Kreatif di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung yang dibuktikan dengan f_{hitung} sebesar 7,573, yang mana $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($7,573 > 2,513$), dan dengan signifikansi 0,000 yang mana ($0,000 < 0,05$).

B. Saran

Adapun saran yang dapat penulis kemukakan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pelaku usaha dapat memahami bahwa faktor lokasi dalam menjalankan usaha atau bisnis merupakan faktor penting bagi keberhasilan usaha mereka, sehingga para pelaku usaha diharapkan dapat memanfaatkan lokasi yang telah disediakan oleh pemerintah dengan sebaik mungkin dalam rangka menghadirkan keberlanjutan citra yang positif bagi Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung sehingga selalu ramai akan pelanggan.

2. Pelaku usaha diharapkan untuk terbiasa melakukan inovasi terhadap produknya secara rutin dan mengikuti *trend* yang ada sehingga produk yang dikeluarkan memiliki kualitas yang jauh lebih baik dan tidak ketinggalan zaman agar mampu bertahan dalam pasar dan untuk tujuan perkembangan usaha di masa yang akan datang.
3. Bagi pemerintah diharapkan dapat mempertahankan penyediaan program pelatihan dan pembinaan kewirausahaan kepada para pelaku usaha di Kawasan Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung sehingga dapat membekali ataupun mengembangkan keahlian mereka agar mampu mengembangkan usahanya. Pemerintah diharapkan pula untuk mempertahankan pemberian program bantuan agar dapat menunjang kegiatan usaha mereka sehingga dapat mendorong kepada keberhasilan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Aditi, B. (2018). Buku Ajar Entrepreneurship & Startup Entrepreneur yang Unggul. Medan. Perdana Medika.
- Alma, B. (2003). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa (2nd . ed). Bandung. Alfabeta.
- Ancok, D. (2012). Psikologi Kepemimpinan & Inovasi. Jakarta. Erlangga.
- Anshori, M, & Iswati, S. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif (1st . ed). Surabaya. Airlangga University Press.
- Azwar, S. (2011). Metode Penelitian. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Riyanti, B. P. D. (2003). Kewirausahaan Dari Sudut Pandang. Psikologi Kepribadian. Jakarta. Grasindo.
- Daft, R. L. (2003). Management. Jakarta. Erlangga.
- Erlina. (2011). Metodologi Penelitian: Untuk Akuntansi. Medan. USU PRESS.
- Fontana, A. (2011). Innovate We Can How to Create Value through Innovation in Your Organization and Society Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai. Jakarta. Cipta Inovasi Sejahtera.
- Ghozali, I. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (4th . ed). Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haming, M, & Nurnajamuddin, M. (2007). Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa. Jakarta. PT. Bumi Aksara.
- Handoko, T. H. (2011). Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi.

Yogyakarta. BPFE.

Heizer, J, & Render, B. (2001). Prinsip-Prinsip Manajemen Operasi. Jakarta. Salemba.

Heizer, J, & Render, B. (2009). Operations Management Operasi Manajemen (9th . ed). Jakarta. Salemba Empat.

Islamy, M. I. (2000). Prinsip-Prinsip Perumusan Kebijakan Negara (2nd . ed). Jakarta. Bumi Aksara.

Kasmir, & Jakfar. (2009). Studi Kelayakan Bisnis (2nd . ed). Jakarta. PT. Kencana.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Principle of Marketing (16th . ed). North Carolina. Pearson Education Limited.

Kotler, P, & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th . ed). Upper Saddle River New Jersey. Prentice-Hall International, Inc.

Latief, J. (2017). Buju Ajar Kewirausahaan: Kiat Sukses Menjadi Wirausaha. Jakarta.

Machfoedz, M. (2015). Kewirausahaan: Metode, Manajemen, dan Implementasi. Yogyakarta. BPFE.

Meyer, A. De, & Garg, S. (2005). Inspire to Innovate: Management & Innovation in Asia. New York. Palgrave Macmillan.

Noor, H. F. (2007). Ekonomi Manajerial. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.

Noor, J. (2016). Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah. Jakarta. Kencana

Nurcholis, H. (2007). Teori dan Praktek Pemerintahan dan Otonomi

- Daerah. Jakarta. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Primiana, I. (2009). Menggerakkan Sektor Riil UKM & Industri. Bandung. Alfabeta.
- Riyanto, S, & Hatmawan, A. A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen. Yogyakarta. Grup Penerbitan CV Budi Utama.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung. Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). SPSS Untuk Penelitian (1st . ed). Yogyakarta. Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D. (2011). Analisis Regresi dan Uji Hipotesis. Yogyakarta. CAPS.
- Suparyanto, R. W. (2012). Kewirausahaan Konsep dan Realita pada Usaha Kecil. Bandung. Alfabeta.
- Suryana. (2003). Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta. Salemba Empat.
- Suryana. (2008). Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta. Salemba Empat.
- Suryana. (2010). Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses

Menuju Sukses. Jakarta. Salemba Empat.

Suryana. (2011). Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses

Menuju Sukses. Jakarta. Salemba Empat.

Susanto, & Putra, M. S. (2010). 60 Management Gems. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka.

Suwarman, U. (2004). Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Bogor. PT Ghalia Indonesia.

Tambunan, T. (2002). Perdagangan Internasional dan Neraca Pembayaran: Teori dan Temuan Empiris. Jakarta. PT. Pustaka LP3ES Indonesia.

Tjiptono, F. (2007). Strategi Pemasaran (2nd . ed). Yogyakarta. Andi.

Utami, C. W. (2014). Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia (2nd . ed). Jakarta. Salemba.

Zimmerer, T. W, & Scarborough, N. M. (2008). Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil (5th . ed). Jakarta. Salemba Empat.

Jurnal:

Andari, R. (2011). Pengaruh Kompetensi Pengusaha, Skala Usaha Dan Saluran Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha (Survey Pada Industri Bawang Goreng Di Kabupaten Kuningan). Universitas Pendidikan Indonesia, 72, 21.

Anggrahini, M. (2019). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Dan Peranan Pemerintah Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Usaha

DAFTAR GAMBAR

Bakso Di Kota Malang). Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora,
21 (1), 1-13.

Irawan, A, & Mulyadi, H. (2016). Pengaruh Keterampilan Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus pada Distro Anggota *Kreative Independent Clothing Kommmunity* di Kota Bandung). Journal of Business Management and Entrepreneurship Education, 1 (1), 213-223.

Ranto, B. (2007). Korelasi antara Motivasi, Knowledge of Entrepreneurship dan Indepedensi dan The Enterpreneur's Performance pada Kawasan Industri Kecil. Jurnal Ilmiah Nasional Manajemen Usahawan Indonesia, 36 (10), 17-33.

Sitepu, S. N. B. (2017). Analisis Peran Pemerintah Terhadap KeberhasilanUMKM Kota Surabaya. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, 5 (1), 103-116. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v5i1.143>

Perundang-Undangan:

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Miikro, Kecil, dan Menengah

Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan,

DAFTAR GAMBAR

Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha

Mikro, Kecil, dan Menengah

DAFTAR GAMBAR

Gambar

Gambar 1	Kerangka Pemikiran.....	55
Gambar 2	Histogram Uji Normalitas	132
Gambar 3	Grafik P-Plot Uji Normalitas.....	133
Gambar 4	Grafik Heteroskedastisitas	136

DAFTAR TABEL

Tabel

Tabel 1	Penelitian Terdahulu	53
Tabel 2	Variabel, Dimensi, dan Indikator Y	59
Tabel 3	Variabel, Dimensi, dan Indikator X ₁	60
Tabel 4	Variabel, Dimensi, dan Indikator X ₂	61
Tabel 5	Variabel, Dimensi, dan Indikator X ₃	63
Tabel 6	Instrumen Skala Likert	67
Tabel 7	Interpretasi Koefisien Reliabilitas	71
Tabel 8	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	74
Tabel 9	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha	80
Tabel 10	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Usaha.....	81
Tabel 11	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .	82
Tabel 12	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator Y.1.....	84
Tabel 13	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator Y.2.....	85
Tabel 14	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator Y.3	86
Tabel 15	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator Y.4.....	87
Tabel 16	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator Y.5.....	88
Tabel 17	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator Y.6.....	89
Tabel 18	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator Y.7.....	90
Tabel 19	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator Y.8.....	91
Tabel 20	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator Y.9.....	92
Tabel 21	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator Y.10.....	93

Tabel 22	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X1.1	94
Tabel 23	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X1.2	95
Tabel 24	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X1.3	96
Tabel 25	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X1.4	97
Tabel 26	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X1.5	98
Tabel 27	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X1.6	99
Tabel 28	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X1.7	100
Tabel 29	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X1.8	101
Tabel 30	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X1.9	102
Tabel 31	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X1.10 ..	103
Tabel 32	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X2.1	104
Tabel 33	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X2.2	105
Tabel 34	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X2.3	106
Tabel 35	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X2.4	107
Tabel 36	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X2.5	108
Tabel 37	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X2.6	109
Tabel 38	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X2.7	110
Tabel 39	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X2.8	111
Tabel 40	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X2.9	112
Tabel 41	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X2.10 ..	113
Tabel 42	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X3.1	114
Tabel 43	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X3.2	115
Tabel 44	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X3.3	116
Tabel 45	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X3.4	117

Tabel 46	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X3.5	118
Tabel 47	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X3.6	119
Tabel 48	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X3.7	120
Tabel 49	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X3.8	121
Tabel 50	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X3.9	122
Tabel 51	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Indikator X3.10 ...	123
Tabel 52	Uji Validitas Variabel Y.....	124
Tabel 53	Uji Validitas Variabel X ₁	125
Tabel 54	Uji Validitas Variabel X ₂	126
Tabel 55	Uji Validitas Variabel X ₃	127
Tabel 56	Uji Reliabilitas	128
Tabel 57	Uji Normalitas.....	130
Tabel 58	Uji Multikolinearitas	134
Tabel 59	Analisis Koefisien Korelasi Parsial X ₁	137
Tabel 60	Analisis Koefisien Korelasi Parsial X ₂	138
Tabel 61	Analisis Koefisien Korelasi Parsial X ₃	139
Tabel 62	Analisis Koefisien Korelasi Berganda	140
Tabel 63	Analisis Koefisien Determinan atau Penentu	141
Tabel 64	Analisis Regresi Linear Berganda.....	143
Tabel 65	Uji Signifikan Parsial (Uji T)	146
Tabel 66	Uji Signifikan Simultan (Uji F)	148

