

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR KARAKTERISTIK WIRAUSAHA TERHADAP
KESUKSESAN USAHA
(STUDI KASUS: KOMUNITAS BANDUNG FOODTRUCK)**

**ANALYSIS OF INFLUENCE OF ENTREPRENEURS CHARACTERISTICS
FACTORS TO BUSINESS SUCCESS
(CASE STUDY: BANDUNG FOODTRUCK COMMUNITY)**

Hari Kurniadi Thamrin¹, Deden Syarif Hidayatullah H, Dr. S.Ag., M.Pd.I.
Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom
harrythamrin22@gmail.com
deden22.telkomuniversity@gmail.com

Abstrak

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat Indonesia. Saat ini food truck pun mulai marak di Kota Bandung untuk menambah daya tarik wisata kota Bandung. Bisnis tersebut dinilai sudah melampaui masa puncak popularitasnya, dan prospeknya diprediksi masih terbilang cerah Kota Bandung memiliki komunitas yang disebut Bandung Food Truck Community yaitu komunitas yang beranggotakan para entrepreneur food truck di Kota Bandung. Berbagai tantangan dan kendala yang harus dihadapi tersebut membuat keberhasilan usaha tidak mudah untuk dicapai. Kesuksesan bisnis dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, dan salah satu faktor paling mendasar yang mempengaruhi kesuksesan pengusaha adalah karakter pengusaha itu sendiri.

Penelitian ini dilakukan di Komunitas Foodtruck Bandung dengan menggunakan karakteristik wirausaha sebagai variabel independent dan Kesuksesan usaha sebagai variabel dependen. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh karakteristik wirausaha terhadap kesuksesan usaha. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan kausal. Analisis data yang digunakan analisis deskriptif, analisis regresi linear sederhana, uji hipotesis (uji T), dan Koefisien determinasi ($ujiR^2$).

Berdasarkan hasil kuesioner dengan 30 responden, penilaian wirausaha foodtruck terhadap *karakteristik wirausaha* termasuk kategori kuat. Dan penilaian kesuksesan usaha termasuk kategori tinggi, bahwa pada hasil pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa variabel Karakteristik wirausaha berpengaruh signifikan terhadap kesuksesan usaha. Koefisien determinasi diperoleh 36,6%. Hal ini menunjukkan bahwa Karakteristik Wirausaha memberikan pengaruh sebesar 36,6% terhadap Kesuksesan Usaha, sedangkan sisanya sebesar 63,4% Kesuksesan Usaha dipengaruhi oleh variabel lainnya

Kata Kunci : karakteristik wirausaha, kesuksesan usaha

Abstract

Micro, small and medium enterprises (MSMEs) have an important role in the economy of the Indonesian people. Currently the food truck is starting to bloom in the city of Bandung to add to the tourist attraction of the city of Bandung. The business is considered to have exceeded the peak of its popularity, and the prospect is predicted to be still bright in Bandung City has a community called Bandung Food Truck Community which is a community of food truck entrepreneurs in the city of Bandung. The challenges and constraints that must be faced make business success not easy to achieve. Business success can be influenced by a variety of factors, and one of the most fundamental factors that influence entrepreneur success is the character of the entrepreneur himself.

This research was conducted in the Bandung Foodtruck Community by using entrepreneurial characteristics as independent variables and business success as the dependent variable. The purpose of this study is to find out how the influence of entrepreneurial characteristics on business success. This research is descriptive and causal research. Data analysis used descriptive analysis, simple linear regression analysis, hypothesis testing (T test), and determination coefficient (R^2 test).

Based on the results of a questionnaire with 30 respondents, the assessment of foodtruck entrepreneurship on the characteristics of entrepreneurship is a strong category. And the assessment of business success belongs to the high category, that the results of hypothesis testing can be concluded that the variables of entrepreneurial characteristics have a significant effect on business success. This shows that the Entrepreneurial Characteristics gives an effect of 36.6% on Business Success, while the remaining 63.4% of Business Success is influenced by other variables

Keywords: entrepreneurial characteristics, business success

Keywords : Employee Engagement, Employee Performance

1. Pendahuluan

Wirausahawan memiliki peranan penting dalam meningkatkan pembangunan ekonomi suatu negara. Di tengah perlambatan ekonomi dunia, sektor UMKM senantiasa tampil sebagai penyelamat sehingga peran dan kontribusinya harus makin ditingkatkan. (focus-umkm.com, 2018).

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat Indonesia. Pemerintah Indonesia pun memandang penting keberadaan para pelaku UMKM (kompasiana.com, 2018). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) hingga kini masih menjadi salah satu sektor unggulan, bahkan jadi penopang utama perekonomian Indonesia. Sektor UMKM telah terbukti tahan dari berbagai krisis ekonomi yang melanda negeri ini termasuk pada saat terjadinya krisis moneter (wartaekonomi.co.id, 2018). Gubernur Bank Indonesia, Agus Martowardojo mengungkapkan kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja serta ekspor cukup besar. Selain itu, UMKM adalah sektor yang memiliki ketahanan ekonomi tinggi sehingga mampu bertahan di tengah kondisi yang tidak stabil sekalipun. Hingga saat ini UMKM selalu menjadi prioritas di berbagai kementerian, lembaga dan pihak-pihak terkait lainnya (mediaindonesia.com, 2018).

Pada tahun 2016 bisnis kuliner dengan menggunakan mobil yang dimodifikasi atau dikenal dengan nama food truck semakin marak dijumpai di sejumlah kota besar Indonesia. Bisnis tersebut dinilai sudah melampaui masa puncak popularitasnya, dan prospeknya diprediksi masih terbilang cerah (pikiran-rakyat.com, 2018). Saat ini food truck pun mulai marak di Kota Bandung untuk menambah daya tarik wisata kota Bandung. Kota Bandung memiliki komunitas yang disebut Bandung Food Truck Community yaitu komunitas yang beranggotakan para entrepreneur food truck di Kota Bandung (jabar.tribun.news.com, 2018)

Ketua Bandung Food Truck, Rezha Noviana, mengungkapkan saat ini jumlah pelaku bisnis food truck terus bertumbuh. Namun, memang tidak semuanya berhasil bertahan. Beberapa di antara mereka memutuskan menutup usahanya atau memilih rehat. Bisnis food truck yang tutup, umumnya terjadi karena faktor persaingan usaha akibat ketidak seimbangan suplai dan permintaan. Dalam kondisi tersebut, strategi pemasaran tentu memegang peranan yang sangat penting. Ia menilai, sebaiknya food truck menjadi alat penunjang bisnis kuliner utama yang dikemas permanen di suatu titik tertentu (pikiran-rakyat.com, 2018).

Berbagai tantangan dan kendala yang harus dihadapi tersebut membuat keberhasilan usaha tidak mudah untuk dicapai. Kesuksesan bisnis merupakan tujuan yang pasti ingin dicapai para pengusaha dalam menjalankan bisnisnya. Pada umumnya kesuksesan dapat dilihat dari aspek otonomi (kemandirian), kepuasan kerja, dan kemampuan menyeimbangkan pekerjaan dan keluarga (Reijonen dan Kompula, 2007). Kesuksesan bisnis dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, dan salah satu faktor paling mendasar yang mempengaruhi kesuksesan pengusaha adalah karakter pengusaha itu sendiri, hal tersebut ditunjukkan dari hasil penelitian Abdulwahab dan Al Damen (2015) ditemukan bahwa karakter pengusaha memiliki pengaruh terhadap kesuksesan bisnis UKM. Karakter entrepreneur (pengusaha) dapat dilihat dari kebutuhan akan pencapaian, kepercayaan diri, inisiatif (keaktifan), kemandirian, tanggungjawab, kemauan mengambil resiko, pengalaman. Hal tersebut dapat menjadi kekuatan bagi pengusaha untuk mengatasi permasalahan serta kendala yang dihadapi dalam proses bisnis dan untuk mencapai kesuksesan bisnisnya.

Pada tahun 2016 bisnis kuliner dengan menggunakan mobil yang dimodifikasi atau dikenal dengan nama food truck semakin marak dijumpai di sejumlah kota besar Indonesia. Bisnis tersebut dinilai sudah melampaui masa puncak popularitasnya, dan prospeknya diprediksi masih terbilang cerah (pikiran-rakyat.com, 2018). Saat ini food truck pun mulai marak di Kota Bandung untuk menambah daya tarik wisata kota Bandung. Kota Bandung memiliki komunitas yang disebut Bandung Food Truck Community yaitu komunitas yang beranggotakan para entrepreneur food truck di Kota Bandung (jabar.tribun.news.com, 2018)

Ketua Bandung Food Truck, Rezha Noviana, mengungkapkan saat ini jumlah pelaku bisnis food truck terus bertumbuh. Namun, memang tidak semuanya berhasil bertahan. Beberapa di antara mereka memutuskan menutup usahanya atau memilih rehat. Bisnis food truck yang tutup, umumnya terjadi karena faktor persaingan usaha akibat ketidak seimbangan suplai dan permintaan. Dalam kondisi tersebut, strategi pemasaran tentu memegang peranan yang sangat penting. Ia menilai, sebaiknya food truck menjadi alat penunjang bisnis kuliner utama yang dikemas permanen di suatu titik tertentu (pikiran-rakyat.com, 2018).

Berbagai tantangan dan kendala yang harus dihadapi tersebut membuat keberhasilan usaha tidak mudah untuk dicapai. Kesuksesan bisnis merupakan tujuan yang pasti ingin dicapai para pengusaha dalam menjalankan bisnisnya. Pada umumnya kesuksesan dapat dilihat dari aspek otonomi (kemandirian), kepuasan kerja, dan kemampuan menyeimbangkan pekerjaan dan keluarga (Reijonen dan Kompula, 2007). Kesuksesan bisnis dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, dan salah satu faktor paling mendasar yang mempengaruhi kesuksesan pengusaha adalah karakter pengusaha itu sendiri, hal tersebut ditunjukkan dari hasil penelitian Abdulwahab dan Al Damen (2015) ditemukan bahwa karakter pengusaha memiliki pengaruh terhadap kesuksesan bisnis UKM. Karakter entrepreneur (pengusaha) dapat dilihat dari kebutuhan akan pencapaian, kepercayaan diri, inisiatif (keaktifan), kemandirian, tanggungjawab, kemauan mengambil resiko, pengalaman. Hal tersebut dapat menjadi

kekuatan bagi pengusaha untuk mengatasi permasalahan serta kendala yang dihadapi dalam proses bisnis dan untuk mencapai kesuksesan bisnisnya.

2. Kajian Pustaka

2.1. Karakteristik Wirausaha

Menurut Li dan Jia (2015) menjelaskan bahwa kewirausahaan telah menjadi istilah populer saat ini, dia menambahkan tidak semua pengusaha bisa sukses dalam bisnis kewirausahaan. Mereka perlu karakteristik khusus untuk memungkinkan mereka untuk sukses. karakteristik pengusaha dipelajari secara ekstensif, dengan hasil yang beragam pada dampaknya pada hasil usaha kecil Abdulwahab dan Al-Damen (2015), dalam jurnalnya mengungkapkan bahwa Karakteristik pengusaha adalah sifat dan keterampilan personal yang dimiliki pengusaha yang membangun kompetensi yang dibutuhkan untuk kesuksesan usaha. Karakteristik pengusaha usaha yang paling penting dan berkaitan dengan kesuksesan adalah:

a. Need for Achiement (berorientasi pada pencapaian)

Menurut Smith (2013:29) Merupakan watak secara psikologi yang dimiliki pengusaha dan merupakan hasrat untuk memenuhi standar internal yang harus dicapai. Selanjutnya Sajilan et al (2015:40), mendefinisikan karakteristik ini sebagai seseorang yang memiliki keinginan besar untuk mencapai kesuksesan. Selanjutnya dalam jurnal Abdulwahab dan Al-Damen (2015) mendefinisikan Need for Achiement merupakan watak psikologi yang mendorong pengusaha untuk mencapai standar yang tinggi sehingga menghantarkan pengusaha tersebut pada kesuksesan.

b. Self-Confidence (Kepercayaan diri)

Kepercayaan diri merupakan apa yang pengusaha yakini tentang dirinya dan seberapa besar dia percaya bahwa dirinya akan membawa bisnisnya pada kesuksesan.

c. Keinisiatifan (Proaktif)

Kemampuan pengusaha untuk memulai menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu yang bermanfaat, sehingga dapat menambah nilai baik bagi dirinya, bagi perusahaan maupun bagi masyarakat.

d. Independency (Autonomi) and Responsibility (Kemandirian dan Tanggung Jawab)

Kemandirian dan tanggung jawab adalah keinginan untuk memiliki kendali atas pekerjaan yang dilakukan, keinginan untuk bertanggung jawab atas semua hasil yang dicapai dan menyukai tantangan untuk memiliki usaha sendiri dan untuk menjadi bos dalam bisnisnya.

e. Risk Taking Propensity (Keberanian menerima resiko)

Kecenderungan pengusaha dalam membuat keputusan dalam keadaan yang penuh ketidakpastian dengan sedikit informasi dan hasil yang tidak pasti (Abdulwahab dan Al-Damen (2015).

f. Experience (Pengalaman)

Kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki pengusaha yang terus berkembang dari waktu ke waktu tentang bisnis, penyelesaian masalah dan pembuatan keputusan, dan pengalaman tersebut mencerminkan pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh pengusaha selama bertahun-tahun. (Abdulwahab dan Al-Damen (2015).

2.2 Wirausaha

Menurut Sunarya et al (2010:35) Wirausaha adalah seorang yang memutuskan untuk memulai suatu bisnis, sebagai pewaralaba (franchisor) menjadi terwaralaba (franchisee),memperluas sebuah perusahaan,membeli perusahaan yang sudah ada,atau barangkali meminjam uang untuk memproduksi suatu produk baru atau menawarkan suatu jasa baru,serta merupakan manajer dan penyandang resiko.

Menurut E. Rye dalam Sunarya et al (2010:35) Wirausaha adalah seorang yang mengorganisasikan dan mengarahkan usaha baru.Wirausaha berani mengambil resiko yang terkait dengan proses pemulaian usaha.

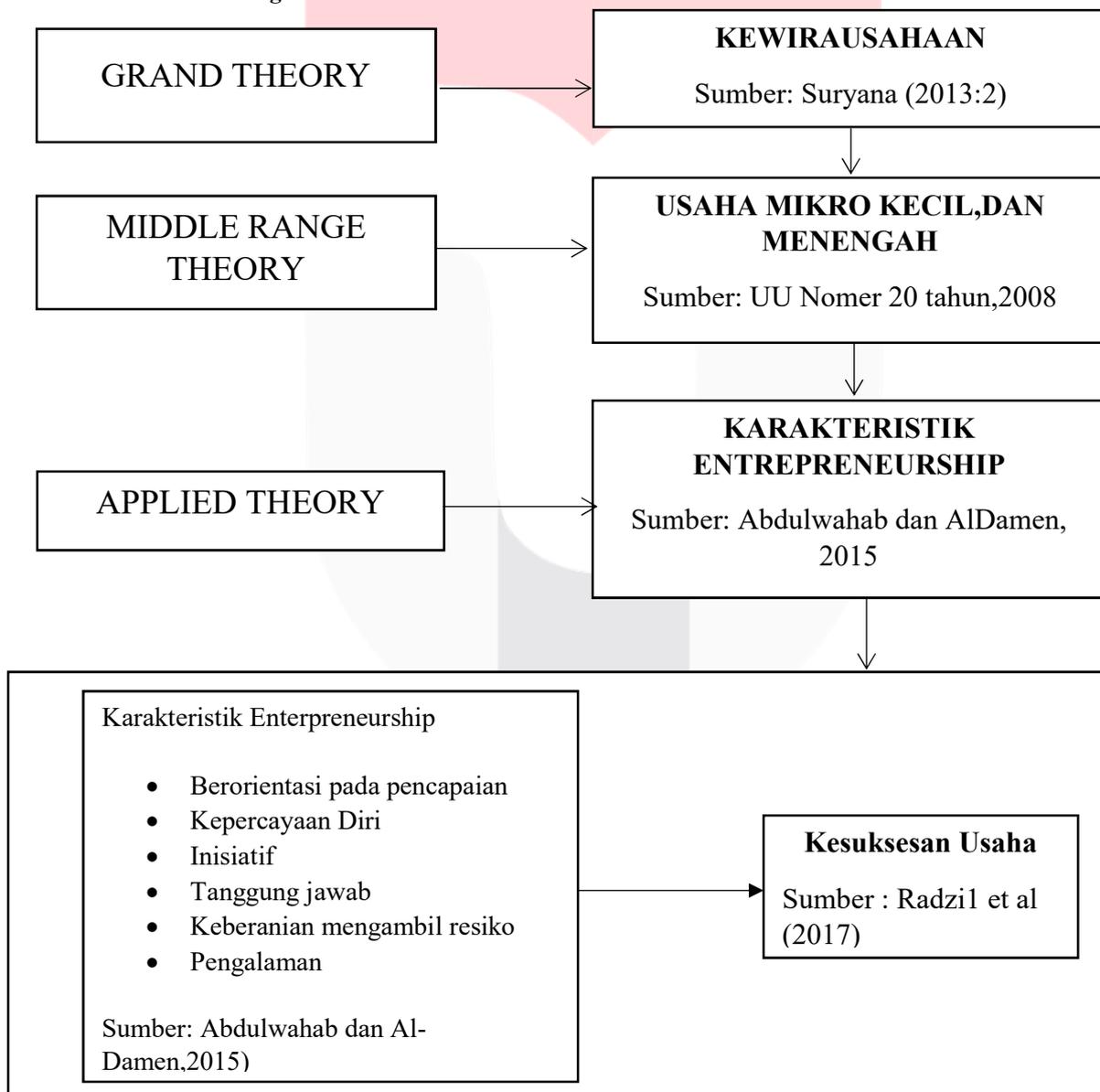
Menurut Alma (2007:24) mengungkapkan bahwa seorang wirausaha adalah orang yang melihat adanya peluang kemudian menciptakan sebuah organisasi untuk memanfaatkan peluang tersebut.

Selain itu, Schumpeter dalam Alma (2007:24) menjelaskan bahwa enterpreneur atau wirausaha adalah orang yang mendobrak system ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru, dengan menciptakan bentuk organisasi atau mengolah bahan baku baru.

2.4. Kesuksesan

Menurut (Ngwangwama, Ungerer, & Morrison, (2013); Foley & Green, 1989) kesuksesan usaha adalah pencapaian tujuan dan sasaran dari suatu perusahaan, yang tidak secara eksplisit. Hal ini juga dapat dicirikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menciptakan hasil dan tindakan yang dapat diterima (Van Praag, 2003; Marom & Lussier, 2014). Tidak ada definisi kesuksesan bisnis universal yang dapat diterima dan sebagian besar studi manajemen mengukur keberhasilan bisnis dari perspektif kinerja perusahaan (Van Auken & Werbel, 2006; Reijonen & Komppula, 2007; Wang & Wang, 2012). Bahkan, kinerja perusahaan juga kompleks dan memiliki aspek multidimensi. Selain itu, menurut Islam, Khan, Obaidullah, dan Alam (2011), setidaknya ada dua dimensi yang bersangkutan kesuksesan bisnis: (1) keuangan vs non keuangan, dan (2) pendek vs jangka panjang kesuksesan. Berdasarkan pendapat ini, ada berbagai cara untuk mengukur keberhasilan bisnis yang meliputi survival, profit, return on investment, pertumbuhan penjualan, jumlah personil yang dipekerjakan, kebahagiaan, reputasi perusahaan, dan lain-lain (Schmidpeter & Weidinger, 2014).

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



2.9 Hipotesis Penelitian

Menurut Sujarweni (2017:68) mengungkapkan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Hipotesis merupakan pernyataan tentang hubungan antara beberapa dua variabel atau lebih. Pada penelitian kuantitatif, hipotesis lazim dituliskan dalam sub bab tersendiri yaitu ada di bab 2. Hipotesis merupakan dugaan sementara dari jawaban rumusan masalah penelitian.

H0 : Tidak terdapat pengaruh antara karakteristik pengusaha terhadap kesuksesan usaha

H1 : Terdapat pengaruh antara karakteristik pengusaha terhadap kesuksesan usaha

Metodologi Penelitian

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Artinya penelitian hanya akan berlaku pada populasi yang dipilih. Seorang peneliti hanya dapat menyimpulkan hasil penelitiannya untuk populasi yang telah dipilihnya. Populasi penelitian ini berjumlah 30.

3.4.2 Sampel

Menurut Indrawati (2015 : 164) sampel adalah anggota – anggota populasi yang terpilih untuk dilibatkan dalam penelitian, baik untuk diamati, diberi perlakuan, maupun dimintai pendapat tentang yang sedang diteliti. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah dengan sampling acak sederhana (Simple Random Sampling). Menurut Indrawati (2015 : 167), simple random sampling adalah proses sampling yang memenuhi persyaratan bahwa setiap anggota yang ada dalam populasi mempunyai peluang yang sama besar untuk dipilih menjadi sampel. Dalam penelitian ini, untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + (Nxe^2)}$$

Dimana :

N = ukuran sampel

N = ukuran populasi

E = 5% (konstanta kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan keputusan sampel yang masih ditolerir)

N = 30 adalah populasi yang didapatkan. Jumlah sampel yang didapatkan, perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{30}{1 + (30 \times 0,05^2)}$$

$$n = \frac{30}{1,075} = 27,90 \sim 28$$

Berdasarkan perhitungan dengan rumus Slovin diatas, hasilnya adalah 27,90. Kemudian untuk memudahkan perhitungan selanjutnya, maka angka tersebut dibulatkan menjadi 28. Sehingga, jumlah sampel minimal yang digunakan pada penelitian ini dengan tingkat kepercayaan 95% berjumlah 27 responden.

3.2. Teknik Analisis

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Analisis Deskriptif

Berikut ini adalah hasil analisis deskriptif PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bandung:

Tabel 4.1 Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	Persentase Nilai	Kesimpulan
Karakteristik Wirausaha	85,5%	Sangat Baik
Kesuksesan Usaha	80,6%	Baik

Sumber: data yang telah diolah tahun 2018

4.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

4.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Jika data tidak mengikuti pola sebaran distribusi normal, maka akan diperoleh taksiran yang bias. Pengujian normalitas dilakukan melalui tes *Kolmogorov-Smirnov* koreksi *Lilliefors*. Dengan bantuan *software SPSS 23* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.13

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0539012
	Std. Deviation	,46953918
Most Extreme Differences	Absolute	,125
	Positive	,079
	Negative	-,125
Test Statistic		,125
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

a) Uji Heterokedastisitas

Berikut adalah hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel**Uji Heteroskedastisitas****Correlations**

			Unstandardized Residual
		Correlation Coefficient	-.002
Spearman's rho	Karakteristik Wirausaha (X)	Sig. (2-tailed)	.992
		N	30

Dari output di atas dapat dilihat bahwa terdapat korelasi yang tidak signifikan. Hal ini dilihat dari nilai p-value (Sig) yang lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

2. Uji Hipotesis

a) Uji Regresi Linear Sederhana

Hasil analisis regresi linear sederhana sebagai berikut:

Analisis Regresi Linear Sederhana**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,980	,503		1,949	,061
Karakteristik Wirausaha (X)	,745	,185	,605	4,022	,000

a. Dependent Variable: Kesuksesan Usaha (Y)

Dari output *software SPSS 23* di atas diperoleh model regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,980 + 0,745 X$$

Nilai konstanta a memiliki arti bahwa ketika Karakteristik Wirausaha (X) bernilai nol atau Kesuksesan Usaha (Y) tidak dipengaruhi oleh Karakteristik Wirausaha, maka rata-rata Kesuksesan Usaha bernilai 0,980. Sedangkan koefisien regresi b memiliki arti bahwa jika

variabel Karakteristik Wirausaha (X) meningkat sebesar satu satuan, maka Kesuksesan Usaha (Y) akan meningkat sebesar 0,745. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, yang artinya Karakteristik Wirausaha memberikan pengaruh positif terhadap Kesuksesan Usaha (semakin tinggi/kuat Karakteristik Wirausaha, maka semakin meningkat Kesuksesan Usaha).

b) Uji Hipotesis

H₀ : Karakteristik Wirausaha tidak berpengaruh signifikan terhadap Kesuksesan Usaha.

H₁ : Karakteristik Wirausaha berpengaruh signifikan terhadap Kesuksesan Usaha.

Dengan $\alpha = 5\%$ dan $dk = 30 - 2 = 28$ diperoleh nilai t tabel sebesar $\pm 2,048$.

Berdasarkan kriteria uji berikut:

1. Terima H₀ jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$

2. Tolak H₀ jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$

Berdasarkan Tabel 4.14 di atas, dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 4,022. Karena nilai t hitung (4,022) > t tabel (2,048), maka H₀ ditolak. Artinya, Karakteristik Wirausaha berpengaruh signifikan terhadap Kesuksesan Usaha

c) Koefisien Determinasi

Hasil perhitungan koefisien determinasi menggunakan *software* SPSS versi 25 sebagai berikut:

Analisis Korelasi Pearson

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,605 ^a	,366	,344	,46689

a. Predictors: (Constant), Karakteristik Wirausaha (X)

b. Dependent Variable: Kesuksesan Usaha (Y)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,605, yang berarti terdapat hubungan yang kuat antara Karakteristik Wirausaha dengan Kesuksesan Usaha.

Besarnya pengaruh Karakteristik Wirausaha terhadap Kesuksesan Usaha, ditunjukkan oleh koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} KD &= r^2 \times 100\% \\ &= (0,605)^2 \times 100\% \\ &= 36,6\% \end{aligned}$$

Koefisien determinasi dari hasil perhitungan didapat sebesar 36,6%. Hal ini menunjukkan bahwa Karakteristik Wirausaha memberikan pengaruh sebesar 36,6% terhadap Kesuksesan Usaha, sedangkan sisanya sebesar 63,4% Kesuksesan Usaha dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti.

d. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

1. Karakteristik Wirausaha berada pada kategori baik yaitu sebesar 85,5%. Hal ini mengindikasikan bahwa komunitas bandung foodtruck memiliki karakter wirausaha yang baik.
2. Kesuksesan usaha berada pada kategori baik yaitu sebesar 80,6%. Hal ini mengindikasikan bahwa komunitas bandung foodtruck memiliki kesuksesan usaha yang baik.
3. Pada pengujian hipotesis, nilai t hitung (4,022) > t tabel (2,048), maka berarti karakteristik wirausaha berpengaruh signifikan terhadap kesuksesan usaha pada komunitas bandung foodtruck.

Daftar Pustaka:

- [1] Abdulwahab, M. H., dan Al-Damen, R. (2015). The Impact of Entrepreneurs' Characteristics on Small Business Success at Medical Instruments Supplies Organizations in Jordan. *International Journal of Business and Social Science*. Vol. 6, No. 8; August 2015
- [2] Alma, B. (2009). *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta
- [3] Al Rika, R. (2017). *Bisnis Food Truck yang Kian Gurih di Tengah Generasi Milenial*. [online]. <http://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/2017/09/22/bisnis-food-truck-yang-kian-gurih-di-tengah-generasi-milenial-409977>

- [4] Al Rika, R. (2017). Banyak Usaha Kuliner Gulung Tikar, Ini Cara Bisnis Food Truck Bertahan. [online]. <http://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/2017/09/22/banyak-usaha-kuliner-gulung-tikar-ini-cara-bisnis-food-truck-bertahan-409991>
- [5] Angelina, A. S. (2017). Kementerian Koperasi: Baru 397 Ribu UMKM Bayar Pajak dari 59 Juta. [online]. <https://bisnis.tempo.co/read/904372/kementerian-koperasi-baru-397-ribu-umkm-bayar-pajak-dari-59-juta>
- [6] Arikunto, S.(2013). Manajemen Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta
- [7] Chinonso, O. Kingsley., dan Zhen, T. (2016). The Influence of Entrepreneurial Characteristics on Small and Medium-Sized Enterprise Accessibility to Debt Finance in Nigeria. Volume 4, Issue 10, October 2016, PP 83-92
- [8] Hikhman, D. R. (2017). 3 Peran Penting UMKM. Penggerak Penting Ekonomi Indonesia.[online]. <https://www.kompasiana.com/hikhman/599eabfac728e442d60622e2/3-peran-penting-umkm-penggerak-penting-ekonomi-indonesia>
- [9] Indrawati. (2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis "Konvergensi Teknologi
- [10] Komunikasi dan Informasi". Bandung: Refika Aditama.
- a. Ning, R. (2017). UMKM Jadi Sektor Unggulan Perekonomian Indonesia.[online]. <https://www.wartaekonomi.co.id/read162531/umkm-jadi-sektor-unggulan-perekonomian-indonesia.html>
- [11]Nurul, I. (2017). UMKM Outlook 2017.[online]. <http://fokus-umkm.com/umkm-outlook-2017/>
- [12]Islam, A. (2011). Effect of Entrepreneur and Firm Characteristics on the Business Success of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Bangladesh. International Journal of Business and Management, Vol. 6, No. 3; March 2011.
- [13]Pemerintah Provinsi Jawa Barat. (2017). Bandung Miliki 300 Ribu UMKM. [online]. <http://www.jabarprov.go.id/index.php/news/22387/2017/04/08/Bandung-Miliki-300-Ribu-UMKM>
- [14]Sari, H. K., Suwarsinah, L., dan M. Baga (2016). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Gula Aren di Kabupaten Lombok Barat. Jurnal Penyuluhan, Maret 2016 Vol. 12 No.1
- [15]Sanusi, A. (2011). Metode Penelitian Bisnis Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi dan Manajemen. Jakarta: Salemba Empat.
- [16]Sugiyono. (2014). Metodo Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.su
- [17]Sujarweni, V. W. (2015). Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- [18]Suryana. (2013). Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Salemba Empat.
- [19]Taufik, I. (2017). Wow . . . Ternyata Antar Pengusaha Foodtruck di Bandung Itu keluarga. [online]. <http://jabar.tribunnews.com/2015/10/11/wow-ternyata-antar-pengusaha-foodtruck-di-bandung-itu-keluarga>
- [20]Zimmerer, Thomas dan Norman M. Scarborough. (2009). Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil. Jakarta: Penerbit Salemba Empat