

SKRIPSI

**ANALISIS KEBERHASILAN WIRAUSAHA
DITINJAU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus Pada Usaha Bakso di Kota Banda Aceh)**



Disusun Oleh:

**NORA FIONA
NIM. 140602226**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2019 M/1440 H**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Nora Fiona
NIM : 140602226
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggung jawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan pemanipulasian dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 6 Februari 2019

Yang Menyatakan,



Nora Fiona

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Ekonomi Syariah

Dengan Judul:

ANALISIS KEBERHASILAN WIRAUUSAHA DITINJAU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada Usaha Bakso di Kota Banda Aceh)

Disusun Oleh:

Nora Fiona

NIM. 140602226

Disetujui untuk diseminarkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi

pada Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I,



Khairul Amri, SE.,M.Si
NIDN. 0106077507

Pembimbing II,



Jalaluddin, ST.,MA
NIDN. 2030126502

AR-RANIRY
Mengetahui

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah,



Dr. Nilam Sari, M.Ag

NIP. 19710317 200801 2 007

LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL

SKRIPSI

Nora Fiona

NIM. 140602226

Dengan Judul:

**Analisis Keberhasilan Wirausaha
Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam
(Studi Kasus Pada Usaha Bakso Di Kota Banda Aceh)**

Telah Diseminarkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan
Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata 1 dalam bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal: Rabu, 06 Februari 2019
01 Jumadil Awwal 1440 H

Banda Aceh

Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

Ketua,


Khairul Amri, SE., M.Si
NIDN. 0106077507

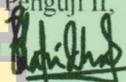
Sekretaris,


Jalaluddin, ST., MA
NIDN. 2030126502

Penguji I,


Fakhrurrazi, SE., MM
NIP. 19760525 200312 1 002

Penguji II,


Hafidhah, SE., M.Si Ak.CA
NIDN. 2012108203

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh


Dr. Zeki Fuad, M.Ag
NIP. 196401419 2031003





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nora Fiona
NIM : 140602226
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail : noraviona55@gmail.com

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

Tugas Akhir KKU Skripsi

yang berjudul:

Analisis Keberhasilan Wirausaha Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Usaha Bakso di Kota Banda Aceh)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

secara *full text* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 06 Februari 2019

Mengetahui:

Penulis

Pembimbing I

Pembimbing II

Nora Fiona
NIM. 140602226

Khairul Amri, SE., M.Si
NIDN. 0106077507

Jalaluddin, ST., MA
NIDN. 2030126502

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Dia mengetahui apa yang ada di langit dan di bumi dan mengetahui apa yang kamu rahasiakan dan yang kamu nyatakan. dan Allah Maha mengetahui segala isi hati”

(At-Taghaabun: 4)

*“Suatu perbuatan baik karena diiringi niat yang baik,
suatu perbuatan buruk karena diiringi niat yang buruk”*

Segala puji Syukur Kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Dengan setulus hati karya ini ku persembahkan untuk kedua orang tua tercinta yang senantiasa mendoakan, mendukung, memotivasi dan memberikan semangat. Ucapan terimakasih tidak pernah cukup untuk membalas doa dan perjuangan mereka. Tanpa mereka saya tidak akan sampai pada titik ini.

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT., yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam untuk Nabi Besar Muhammad Saw yang telah menuntun ummat-Nya dari jalan kegelapan kejalan yang terang benderang dengan ilmu pengetahuan.

Skripsi ini berjudul **“Analisis Keberhasilan Wirausaha Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam(Studi Kasus Pada Usaha Bakso di Kota Banda Aceh)”** yang disusun guna memenuhi sebagai syarat untuk mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Dalam penulisan skripsi ini penulis telah berusaha semaksimal mungkin dengan segala kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Namun penulis menyadari bahwa hasil penulisan ini masih jauh dari kesempurnaan, baik di dalam isi maupun teknik penulisannya. Oleh karena itu dalam segala kerendahan hati penulis mengharapkan adanya kritik dan saran dari berbagai pihak demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Selanjutnya pada kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Selanjutnya Bapak Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Wakil Dekan I, Dr. Muhammad Zuhilmi, MA selaku Wakil Dekan II dan Dr. Analiansyah, MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Ibu Dr. Nilam Sari, M.Ag selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Ibu Cut Dian Fitri, SE, M.Si, Ak.CA selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Bapak Muhammad Arifin, Ph.D, selaku ketua dan Ibu Hafidhah, SE., M.Si.Ak.CA selaku sekretaris Laboraturium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
4. Bapak Khairul Amri, SE.,M.Si selaku dosen Pembimbing I dan Bapak Jalaluddin, ST.,MA selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan pengarahan, waktu dan pikiran serta bimbingan kepada penulis selama penyelesaian skripsi ini.

5. Bapak Fakhurrhazi, SE., MM selaku penguji I dan Ibu Hafidhah, SE., M.Si.Ak.CA selaku penguji II yang telah banyak memberikan masukan dan arahan kepada penulis.
6. Ibu Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag selaku Penasehat Akademik (PA) penulis selama menempuh pendidikan Program Studi Strata Satu (S1) Ekonomi syariah.
7. Seluruh Dosen dan staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, khususnya Program Studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmu, pengalaman, arahan serta perhatiannya kepada penulis selama mengikuti perkuliahan hingga selesainya skripsi ini.
8. Terkhususnya kepada Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Mustafa Makam dan Ibunda Yusmarni yang telah memberikan kasih sayang, cinta dan doa yang tiada hentinya supaya penulis mendapatkan yang terbaik, dorongan, didikan dan jasa yang tak ternilai harganya yang telah diberikan selama ini. Yang tersayang abangku Feri Ramadhan yang telah membantu, memberikan masukan dalam proses kesempurnaan pembuatan skripsi ini dan juga adikku tersayang Putri Janira yang telah mendoakan dan menemani dalam proses pembuatan skripsi ini.
9. Teman-teman tersayang satu angkatan Mauliza , Icut, Ulfa, Shinta, Darin, Juli, Siti, Rahmi, dan teman-teman seperjuangan satu angkatan yang tidak mungkin penulis

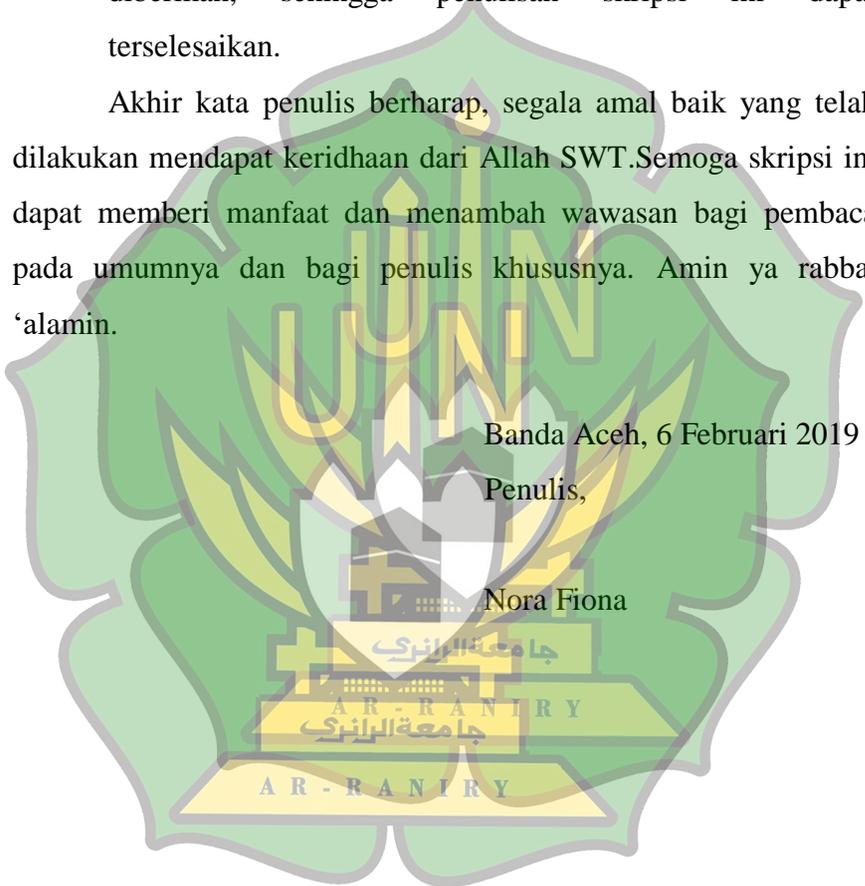
sebutkan namanya satu persatu, dan juga sahabat tersayang sedari dulu Pipi, Aini, Ulan, Naomi, Opi, Desi, dan Tika. Terima kasih banyak atas bantuan dan dorongan yang telah diberikan, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Akhir kata penulis berharap, segala amal baik yang telah dilakukan mendapat keridhaan dari Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca pada umumnya dan bagi penulis khususnya. Amin ya rabbal 'alamin.

Banda Aceh, 6 Februari 2019

Penulis,

Nora Fiona



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
LEMBAR TRANSLITERASI	xii
ABSTRAK	xvi
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
2.1 Rumusan Masalah	8
3.1 Tujuan Penelitian	8
4.1 Manfaat Penelitian	9
5.1 Sistematika Pembahasan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Wirausaha	11
2.1.1 Pengertian Wirausaha	11
2.1.2 Karakteristik Wirausaha	14
2.1.3 Profil Wirausaha	24
2.1.4 Motivasi Wirausaha	26
2.2 Keberhasilan Usaha	29
2.2.1 Pengertian Keberhasilan Usaha	30
2.2.2 Indikator Keberhasilan Usaha	31
2.2.3 Keberhasilan Usaha dalam Islam	32
2.3 Faktor Pendukung Keberhasilan Wirausaha	34
2.3.1 Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)	34

2.3.1.1	Pengertian Kualitas SDM	34
2.3.1.2	Indikator Kualitas SDM.....	35
2.3.1.3	Kualitas SDM dalam Islam.....	36
2.3.2	Modal Usaha.....	37
2.3.2.1	Pengertian Modal Usaha.....	37
2.3.2.2	Indikator Modal Usaha	38
2.3.2.3	Modal Usaha dalam Islam	39
2.3.3	Kualitas Produk	41
2.3.3.1	Pengertian Kualitas Produk	41
2.3.3.2	Indikator Kualitas Produk.....	42
2.3.3.3	Kualitas Produk dalam Islam	44
2.3.4	Harga	46
2.3.4.1	Pengertian Harga.....	46
2.3.4.2	Indikator Harga	46
2.3.4.3	Harga dalam Islam	47
2.3.5	Lokasi	49
2.3.5.1	Pengertian Lokasi	49
2.3.5.2	Indikator Lokasi.....	49
2.3.5.3	Lokasi dalam Islam.....	51
2.4	Penelitian Terkait.....	52
2.5	Kerangka Pemikiran Penelitian	58
2.6	Hubungan Antar Variabel.....	59
2.7	Hipotesis Penelitian	66
BAB III	METODELOGI PENELITIAN	68
3.1	Lokasi dan Objek Penelitian.....	68
3.2	Pendekatan Penelitian ..N.I.R.V.....	68
3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	68
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	69
3.4.1	Populasi.....	69
3.4.2	Sampel.....	70
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	70
3.6	Skala Pengukuran	71
3.7	Teknik Analisis Data	72
3.8	Definisi Operasional Variabel Penelitian	73
3.9	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	75
3.9.1	Uji Validitas.....	75
3.9.2	Uji Reliabilitas.....	76

3.10 Uji Asumsi Klasik	77
3.10.1 Uji Normalitas.....	77
3.10.2 Uji Multikolinieritas.....	77
3.10.3 Uji Heteroskedastisitas.....	78
3.11 Pengujian Hipotesis	78
3.11.1 Secara Simultan (uji-F).....	78
3.11.2 Secara Parsial (uji-t)	80
3.11.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	82
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	83
4.1 Karakteristik Responden.....	83
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	85
4.2.1 Uji Validitas.....	85
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	87
4.3 Deskripsi Variabel	88
4.3.1 Kualitas SDM (X ₁)	88
4.3.2 Modal Usaha (X ₂).....	89
4.3.3 Kualitas Produk (X ₃).....	91
4.3.4 Harga (X ₄).....	92
4.3.5 Lokasi (X ₅).....	94
4.3.6 Keberhasilan Usaha (Y).....	95
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	97
4.4.1 Uji Normalitas	97
4.4.2 Uji Multikolinieritas	98
4.4.3 Uji Heterokedastisitas.....	100
4.5 Teknik Analisis Data	101
4.6 Pengujian Hipotesis	104
4.6.1 Uji Simultan (uji-F)	104
4.6.2 Uji Parsial (uji-t).....	105
4.6.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	108
4.7 Pembahasan Hasil	109
4.7.1 Pengaruh Kualitas SDM Terhadap Keberhasilan Usaha.....	109
4.7.2 Pengaruh Modal Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha.....	110
4.7.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keberhasilan Usaha.....	112
4.7.4 Pengaruh Harga Terhadap Keberhasilan Usaha....	113

4.7.5 Pengaruh Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha... .114

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	116
5.1 Kesimpulan	116
5.2 Saran	117
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN	127



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 ..Beberapa Nama Usaha Bakso di Kota Banda Aceh	4
Tabel 2.1 Ciri-Ciri dan Watak/Karakter Wirausaha	20
Tabel 2.2 Penelitian Terkait.....	55
Tabel 3.1 Skala Pengukuran	71
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian	73
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	83
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas	86
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	87
Tabel 4.4 Variabel Kualitas SDM.....	88
Tabel 4.5 Variabel Modal Usaha	89
Tabel 4.6 Variabel Kualitas Produk.....	91
Tabel 4.7 Variabel Harga.....	93
Tabel 4.8 Variabel Lokasi.....	94
Tabel 4.9 Variabel Keberhasilan Usaha	95
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas Menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	98
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	99
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	102
Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (uji-F).....	104
Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial (uji-t)	106
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	109

A R - R A N I R Y

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	59
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	100



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	127
Lampiran 2 Tabulasi Data	133
Lampiran 3 SPSS OUT PUT	139



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Keberhasilan dalam suatu usaha merupakan keinginan setiap individu maupun suatu kelompok atau bisa disebut dengan wirausaha. Seorang wirausaha dalam membuka usahanya tentu memikirkan visi misi dalam menjalankan usahanya, bagaimana usaha tersebut kedepannya dapat berhasil. Setiap wirausaha pasti selalu menginginkan agar mendapatkan penghasilan yang tetap dalam pekerjaannya. Namun tidak semua pekerjaan yang dijalankan oleh setiap wirausaha atau kelompok dapat menjanjikan penghasilan yang tetap. Secara sosial, seorang wirausaha yang bekerja tetap mendapatkan status sosial yang lebih terhormat di mata masyarakat dari pada yang tidak bekerja maupun memiliki pekerjaan, tetapi tidak tetap. Seorang wirausaha yang bekerja secara kemampuan yang dia miliki sendiri maka harga diri dan kompetensi dirinya akan meningkat.

Menjadi wirausaha jelas berisiko tinggi tetapi hal itu seimbang dengan apa yang akan diperoleh dari hasil berwirausaha yang mungkin jika berhasil dan sukses akan memperoleh pendapatan dan penghasilan yang sangat menggiurkan. Keberhasilan menjadi wirausaha berkaitan erat dengan komunikasi yang dilakukan dan juga kecerdasan dan kecakapan emosi seseorang. Komunikasi tidak hanya dapat dilakukan dengan orang lain (*interpersonal*), namun juga dilakukan dengan diri sendiri

(*intrapersonal*). Kedua jenis komunikasi ini hendaknya dibangun secara bersama-sama. Tidak mudah tentunya bagi kita untuk memperkenalkan diri kepada orang lain jika kita tidak mengenal diri kita sendiri dengan baik. Itulah sebabnya komunikasi mutlak diperlukan dalam kehidupan sosial manusia (Mangunhardjana, 2003: 122).

Dalam Islam berbuat suatu kebaikan dengan jalan yang lurus dan juga mengharap ridha Allah SWT merupakan suatu ibadah. Termasuk berbisnis atau membuka suatu usaha. Keseharian aktifitas umat Islam tidak pernah lepas dari amal ibadah karena setiap niat yang mengiringi pekerjaannya itu ditujukan untuk Allah SWT semata (Alma, 2014: 161). Jadi, semua perbuatan yang telah dilakukan oleh seorang muslim apabila tidak diiringi oleh niat, maka semua itu akan menjadi sia-sia dimata Allah SWT.

Dalam penelitiannya Afif (2016) mengemukakan bahwa pelaku usaha dalam perjalanannya pasti akan dihadapkan dengan berbagai macam ujian dalam perniagaan. Karena bagaimanapun suatu usaha pasti mengalami fluktuasi dalam penghasilan, kadang untung banyak, dan bahkan kadang mengalami kerugian yang besar. Maka dari itulah sifat usahawan muslim harus mencakup berani menanggung risiko, berdikari, mempunyai ciri kepemimpinan, murah hati, optimis, cakap, perihatin, percaya diri dan masih banyak lagi. Rasulullah SAW berhasil sebagai pedagang karena beliau mempraktekkan ciri tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Beliau dapat dijadikan sebagai teladan bagi para pedagang di

dunia karena terbukti di masa itu semua masyarakat Arab mengenal beliau dari kejujuran beliau dan kebajikan yang ditunjukkan kepada semua orang dalam berdagang.

Kota Banda Aceh merupakan kota yang menerapkan atau menjalankan prinsip syariah baik itu dalam menjalankan suatu aturan, berpakaian maupun dalam melakukan transaksi jual beli seperti berbisnis atau membuka suatu usaha. Kota Banda Aceh juga merupakan salah satu kota yang memiliki tarif hidup yang tinggi diantara beberapa Ibukota di Indonesia. Di kota Banda Aceh sendiri, peluang untuk membuka suatu usaha sangat dapat dirasakan oleh pihak-pihak yang ingin berwirausaha. Salah satu usaha yang banyak dijalankan oleh masyarakat Kota Banda Aceh sendiri ialah usaha bakso. Usaha bakso sangat mudah ditemukan di Kota Banda Aceh, bahkan ada diantara penjual bakso ini yang memanfaatkan rumahnya untuk membuka usaha bakso. Masyarakat Kota Banda Aceh sendiri sangat menggemari mengkonsumsi bakso mulai dari anak-anak, orang dewasa hingga orang tua, dan pastinya yang telah diketahui semua usaha bakso yang ada di Kota Banda Aceh dijual oleh seorang wirausaha muslim yang dijamin kehalalannya dan juga dengan harga yang terjangkau. Di bawah ini merupakan beberapa usaha bakso yang ada di Kota Banda Aceh, di antaranya adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Beberapa Nama Usaha Bakso di Kota Banda Aceh

No	Nama Usaha Bakso	Lokasi Usaha Bakso
1.	Bakso Idaman Barata	Kampung Baru, Baiturrahman
2.	Indo Bakso	Lambhuk, Ulee Kareng
3.	Bakso Ramayana	Lambhuk, Ulee Kareng
4.	Bakso Isaura	Peunayong, Kuta Alam
5.	Bakso Pak De	Sukaramai, Baiturrahman
6.	Bakso Istore	Rukoh, Syiah Kuala
7.	Bakso Nanggroe	Lam Lagang, Banda Raya
8.	Bakso Beranak	Geuceu Kayee Jato, Banda Raya
9.	Bakso Mario	Lamgugop, Syiah Kuala
10.	Bakso Flamboyan	Lamgugop, Syiah Kuala
11.	Bakso 57	Lamgugop, Syaiah Kuala
12.	Bakso Bibik Blower	Sukaramai, Baiturrahman
13.	Bakso Hendra Hendri	Mohammad Jam, Baiturrahman
14.	Bakso Timbang Rasa	Lamglumpang, Ulee Kareng
15.	Bakso Barokah	Beurawe, Kuta Alam

Sumber: Observasi awal (2018)

Sebagaimana telah dijelaskan di atas, usaha bakso yang terdapat pada tabel hanya beberapa usaha bakso di Kota Banda Aceh berhasil dalam usahanya peneliti paparkan pada bab ini, namun selain dari tabel diatas masih banyak usaha bakso berhasil lainnya yang ada di Kota Banda Aceh. Bahkan ada diantara wirausaha bakso tersebut yang mengembangkan usaha baksonya dengan membuka cabang di berbagai tempat lainnya.

Keberhasilan pada usaha bakso di Kota Banda Aceh sangat dapat dirasakan oleh wirausaha bakso itu sendiri, karena setiap usaha bakso yang baru buka pastinya akan cepat terkenal dan ramai di datangi oleh para konsumen di Kota Banda Aceh itu sendiri

maupun luar daerah. Kenapa bisa terjadi, selain dari kegemaran para konsumen mengkonsumsi bakso, pastinya dalam menjalankan usahanya wirausaha bakso tersebut memikirkan visi dan misi usaha baksonya agar berjalan lancar, dan juga ide-ide yang kreatif dan inovatif yang dikembangkan seorang wirausaha bakso secara matang agar nantinya dapat diterima oleh para konsumen. Tidak lupa pula dengan mempertahankan prinsip utama dari keberhasilan usaha bakso tersebut, dengan doa dan diniatkan karena Allah SWT semata.

Suatu usaha tidak dapat berjalan tanpa adanya modal usaha, begitupun dalam membuka usaha bakso diperlukan, modal usaha disini dapat berupa uang maupun barang. Modal usaha merupakan faktor utama dalam jalannya suatu usaha bakso, Selanjutnya yang menjadi faktor keberhasilan usaha bakso tersebut adalah produknya, yaitu bakso itu sendiri. Dimana bakso tersebut terbuat dari daging sapi, ayam, ikan dan penambahan berbagai topping lainnya seperti menambahkan tahu, urat, daging dan telur kedalam baksonya. Maka dari sinilah usaha bakso yang ada di Kota Banda Aceh dijamin kehalalannya, kenapa dapat dikatakan halal, karena daging yang mereka gunakan halal dimakan dalam hukum islam. Dan juga kualitas dari produk bakso yang dijual haruslah sesuai dengan harga yang ditawarkan oleh wirausaha bakso. Terdapat juga faktor lokasi atau penyediaan tempat usaha bakso, wirausaha bakso tentunya juga memikirkan lokasi usaha bakso yang mereka jalankan agar mudah dijangkau oleh para konsumen, dan juga

melakukan reparasi usaha bakso mereka agar sebisa mungkin konsumennya nyaman, juga didukung penyediaan fasilitas tempat usaha bakso, tentunya penyediaan tempat parkir yang aman. Selanjutnya ada faktor kualitas sumber daya manusia (SDM), telah diketahui bahwa SDM merupakan hal penting dalam berjalannya suatu usaha bakso, dikarenakan faktor kualitas SDM ini dapat dilihat dari kinerja yang dilakukan oleh setiap karyawan serta ide-ide yang dikembangkan oleh wirausaha agar bakso tersebut dapat berhasil. Maka tidak dapat diragukan lagi usaha bakso merupakan salah satu usaha makanan yang dapat berhasil dengan cepat di Kota Banda Aceh maupun daerah lainnya.

Seperti yang dikemukakan oleh Suryana (2011: 66) bahwa “untuk menjadi wirausaha yang sukses harus memiliki ide atau visi bisnis (*business vision*) yang jelas, kemudian ada kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko baik waktu maupun uang”. Banyaknya wirausaha bakso yang berhasil, menyebabkan termotivasinya masyarakat lainnya untuk berkeinginan membuka usaha bakso, salah satu penyebab lainnya di karenakan bakso sangat enak untuk dimakan apalagi saat musim hujan turun.

Tidak semuanya wirausaha dalam membuka usaha bakso dapat berjalan dengan lancar seperti harapannya, ada juga dari beberapa wirausaha yang mengalami kegagalan dalam menjalankan usaha baksonya. Kegagalan usaha bakso ini dapat disebabkan oleh wirausaha itu sendiri maupun usahanya dan juga dapat disebabkan oleh orang luar seperti dari pesaing usaha bakso. Jika dari diri

sendiri, masalah yang datang bisa dari wirausaha bakso tersebut dikarenakan tidak memikirkan secara matang untuk visi dan misi serta ide-ide yang inovatif dan kreatif untuk usaha bakso miliknya, dan juga dari karyawannya yang tidak memiliki kemampuan yang sesuai dengan usaha yang dijalankan. Selanjutnya kegagalan usaha tersebut juga bisa datang dari pesaing sesama usaha bakso. Dan juga mereka telah gagal dalam menjalankan atau menerapkan beberapa faktor-faktor yang menunjang keberhasilan. Jadi sudah seharusnya apabila seorang wirausaha ingin agar usaha dapat berhasil maka seharusnya wirausaha tersebut memikirkan visi dan misi usahanya secara matang, dan juga mengeluarkan ide-ide secara inovatif dan kreatif serta mengikuti peraturan yang ada dan juga pastinya haruslah ikhlas untuk mengharap ridha dari Allah SWT.

Fokus dalam penelitian ini yaitu, peneliti ingin mengetahui penyebab berhasilnya usaha bakso yang ada di Kota Banda Aceh. Selain itu pastinya ada faktor kualitas SDM, modal usaha, kualitas produk, harga dan lokasi yang menjadi penyebab dalam menunjang keberhasilan usaha bakso. Maka dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Analisis Keberhasilan Wirausaha Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Usaha Bakso di Kota Banda Aceh)”**. Dan peneliti hanya meneliti 30 tempat usaha bakso yang ada di Banda Aceh.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah faktor kualitas SDM, modal usaha, kualitas produk, harga dan lokasi mempunyai pengaruh secara simultan terhadap keberhasilan usaha bakso ?
2. Manakah yang lebih berpengaruh diantara faktor kualitas SDM, modal usaha, kualitas produk, harga dan lokasi secara parsial dalam menunjang keberhasilan usaha bakso ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah faktor kualitas SDM, modal usaha, kualitas produk, harga dan lokasi mempunyai pengaruh secara simultan terhadap keberhasilan usaha bakso.
2. Untuk mengetahui manakah yang lebih berpengaruh diantara faktor kualitas SDM, modal usaha, kualitas produk, harga dan lokasi secara parsial dalam menunjang keberhasilan usaha bakso.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah berupa manfaat teoritis dan manfaat praktis, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis, yaitu manfaat dengan membandingkan dan memperkuat penelitian sebelumnya supaya tidak adanya keraguan terhadap teori yang sudah diteliti sebelumnya sehingga dilakukan kembali penyelidikan secara empiris.
2. Manfaat Praktis, yaitu manfaat dari penelitian ini secara umum yaitu peneliti ingin memberitahukan kepada pembaca mengenai cara membuat usaha yang dijalankan oleh seorang wirausahawan itu dapat sukses dan berkembang. Dan juga manfaat dari penelitian ini juga dapat menjadi motivasi semua kalangan dalam berwirausaha.

1.5 Sistematika Pembahasan

Penelitian skripsi ini disusun dalam lima bab sistematika pembahasan. Berikut adalah uraian dari sistematika pembahasan skripsi:

Bab I merupakan pendahuluan, yang berisi gambaran umum isi penelitian yang terdiri dari: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

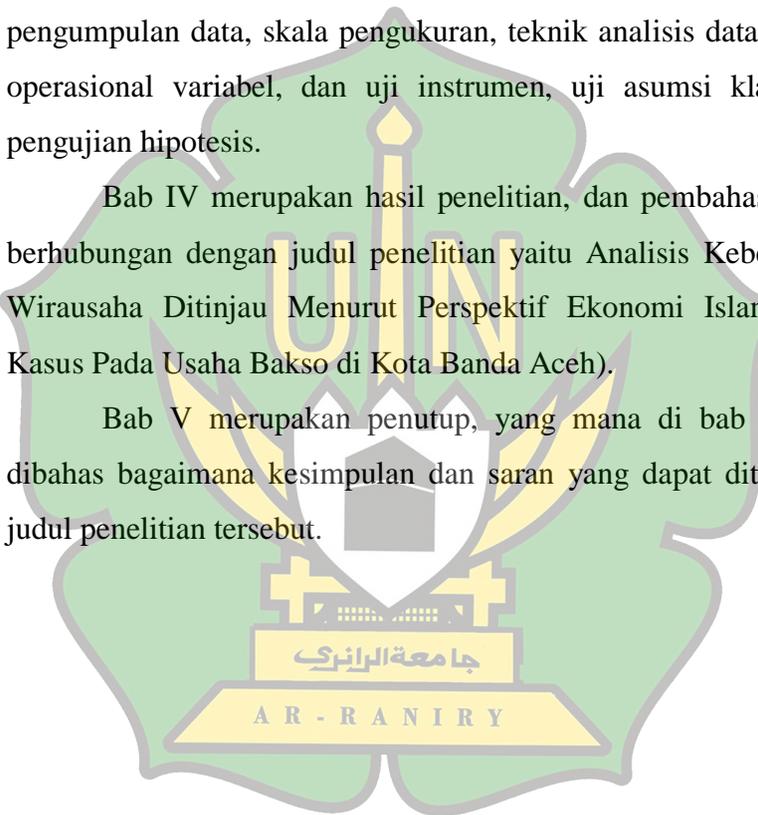
Bab II merupakan tinjauan pustaka, yang berisi teori yang berhubungan dengan penelitian ini yang berjudul Analisis Keberhasilan Wirausaha Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada usaha bakso di Kota Banda Aceh),

penelitian terdahulu, kerangka pemikiran penelitian dan hipotesis penelitian.

Bab III merupakan metode penelitian, yang berisi penjelasan tentang lokasi dan objek penelitian, pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, sampel dan populasi, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, teknik analisis data, definisi operasional variabel, dan uji instrumen, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis.

Bab IV merupakan hasil penelitian, dan pembahasan yang berhubungan dengan judul penelitian yaitu Analisis Keberhasilan Wirausaha Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Usaha Bakso di Kota Banda Aceh).

Bab V merupakan penutup, yang mana di bab ini akan dibahas bagaimana kesimpulan dan saran yang dapat ditarik dari judul penelitian tersebut.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Wirausaha

2.1.1 Pengertian Wirausaha

Islam adalah agama yang universal, dalam perspektif Islam ajarannya mengatur segala aspek kehidupan manusia; baik itu dibidang ekonomi, politik, budaya dan keimanan. Tidak lupa pula urusan yang berkaitan dengan transaksi muamalah antara manusia dalam hal ini adalah urusan bisnis. Islam membimbing manusia dalam berbisnis (Sofyan, 2011: 28). Bekerja dan berwirausaha sangat dianjurkan dalam Islam agar manusia tersebut dapat memenuhi kebutuhan hidupnya dan juga dapat membantu perekonomian orang lain dengan cara sedekah, infak, maupun zakat. Orang yang bekerja dari hasil jerih payahnya sendiri akan terhindar dari sikap meminta-minta, karena sikap meminta-minta ini akan merendahkan dirinya sendiri. Dan juga orang yang bekerja akan mampu memberikan nafkah kepada orang yang menjadi tanggungannya (Idri, 2015: 295).

Bila orang yang giat bekerja dipuji, sebaliknya Islam juga sangat mencela orang malas. Suatu ketika sahabat Umar bin Khattab datang ke mesjid diluar waktu shalat lima waktu. Dilihatnya ada dua orang yang terus menerus berdo'a di Mesjid. Umar menghampiri mereka seraya bertanya “sedang apa kalian, sedangkan orang-orang di sana kini tengah sibuk bekerja?”, mereka menjawab, “Yaa Amirul Mu'miniin, sesungguhnya kami adalah

orang-orang yang bertawakal kepada Allah SWT”. Mendengar perkataan itu marahlah Umar “kalian adalah orang-orang yang malas bekerja sedangkan langit tidak akan menurunkan hujan emas dan perak” (Yusanto dan Widjajakusuma, 2002: 9).

Usman (2003: 11) berpendapat bahwa wirausaha dalam konteks manajemen adalah orang yang mempunyai kemampuan menggunakan sumber daya finansial (*money*), bahan mentah (*materials*), dan tenaga kerja (*labor*), untuk menghasilkan produk baru dengan bisnis baru yang dapat membuat organisasi usaha. Selanjutnya Schumpeter dalam As'ad (2002: 145) mengemukakan bahwa wirausaha atau *entrepreneur* adalah seseorang yang menggerakkan perekonomian masyarakat untuk maju ke depan, mencakup mereka yang mengambil risiko, mengkoordinasi penanaman modal atau sarana produksi, yang mengenalkan fungsi faktor produksi baru atau yang mempunyai respon kreatif dan inovatif.

Menurut Prawirokusumo dalam Suryana (2006: 16) seorang wirausaha adalah mereka yang melakukan usaha-usaha kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide dan meramu sumber daya untuk menemukan peluang dan perbaikan hidup. Selanjutnya, Suryana (2006: 50) mengemukakan bahwa wirausaha itu adalah pribadi unggul yang mencerminkan budi yang luhur dan sifat yang pantas di teladani, karena atas dasar kemampuannya sendiri dapat melahirkan suatu bantuan dan karya untuk kemajuan kemanusiaan yang berlandaskan kebenaran dan kebaikan.

Wirausaha juga didefinisikan sebagai seseorang yang menciptakan sebuah bisnis baru dengan mengambil risiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendirikaninya (Zimmerer & Scarborough, 2004: 3-7). Sedangkan menurut Frinces (2004: 11) wirausaha didefinisikan sebagai mereka yang selalu bekerja keras dan kreatif untuk mencari peluang bisnis, mendayagunakan peluang yang diperoleh, dan kemudian merekayasa penciptaan alternatif sebagai peluang bisnis baru dengan faktor keunggulan.

Menurut Sjabadhyni Wirausaha juga dapat didefinisikan sebagai orang yang memiliki, mengelola, dan melembagakan usahanya sendiri. Faktor yang mendorong seseorang mengambil keputusan berwirausaha dapat diketahui melalui penilaian kepribadian khususnya pengalaman dan latar belakangnya. Biografi yang dimiliki seseorang bermanfaat karena dalam biografi dapat dilihat pengalaman, keterampilan, dan kompetensi untuk peningkatan kewirausahaan, pengembangan nilai-nilai kewirausahaan dan mendorong untuk mencetuskan ide-ide kewirausahaan seseorang (Sjabadhyni, 2001: 270).

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa wirausaha merupakan seseorang yang membuka dan menjalankan bisnis atau usahanya untuk menciptakan peluang kerja bagi orang lain berdasarkan segala risiko yang ada dengan inovasi dan kreasi yang dimiliki untuk

perbaiki hidupnya dan keluarga dengan menggunakan peluang dan sumber daya untuk menciptakan kesejahteraan bersama.

2.1.2 Karakteristik Wirausaha

Perilaku seorang muslim dalam berbisnis sangat diperlukan sebagai investasi yang dapat menguntungkan dan menjamin kehidupannya di dunia dan akhirat. Al-Qur'an dan hadist adalah panduan bagi perilaku seseorang dengan menyelaraskan perilakunya dengan perilaku Rasulullah (Ahmad, 2006: 43). Dalam kepemimpinan Rasulullah Saw di bidang bisnis sudah tidak diragukan lagi, beliau merupakan pebisnis yang ulung, dimana dalam setiap menjalankan bisnisnya selalu meletakkan nilai-nilai luhur (Alma, 2014: 175). Berikut adalah beberapa sifat yang dimiliki oleh Rasulullah Saw yang dapat diterapkan dalam menjalankan suatu bisnis:

1. *Shiddiq* (jujur)

Shiddiq artinya mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan dan amal perbuatan atas dasar nilai-nilai kebenaran agama islam. Allah memerintahkan orang-orang yang beriman untuk senantiasa memiliki sifat *shiddiq* dan menciptakan lingkungan yang penuh dengan kejujuran (Hafidhuddin, 2003: 36-37). Hal ini sesuai dengan QS. At-Taubah: 119:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ



Artinya: “Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar” (QS. At-Taubah [9]: 119).

Tasmara (2001: 189-190) mengatakan bahwa : salah satu dimensi kecerdasan ruhani terletak pada nilai kejujuran yang merupakan mahkota kepribadian orang-orang yang mulia yang telah dijanjikan Allah akan memperoleh limpahan nikmat dari-Nya. Selanjutnya kedudukannya disejajarkan dengan para nabi (*shiddiqin nabiyyaa*) dan dijadikan rujukan untuk menjadi teman dalam meningkatkan kualitas hidup.

2. *Tabligh* (menyampaikan)

Tabligh adalah menyampaikan atau mengajak sekaligus memberikan contoh kepada orang lain untuk melakukan perbuatan yang benar di dalam kehidupan (Syari, 2010). Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS An-Nisaa’: 9:

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَفًا خَافُوا

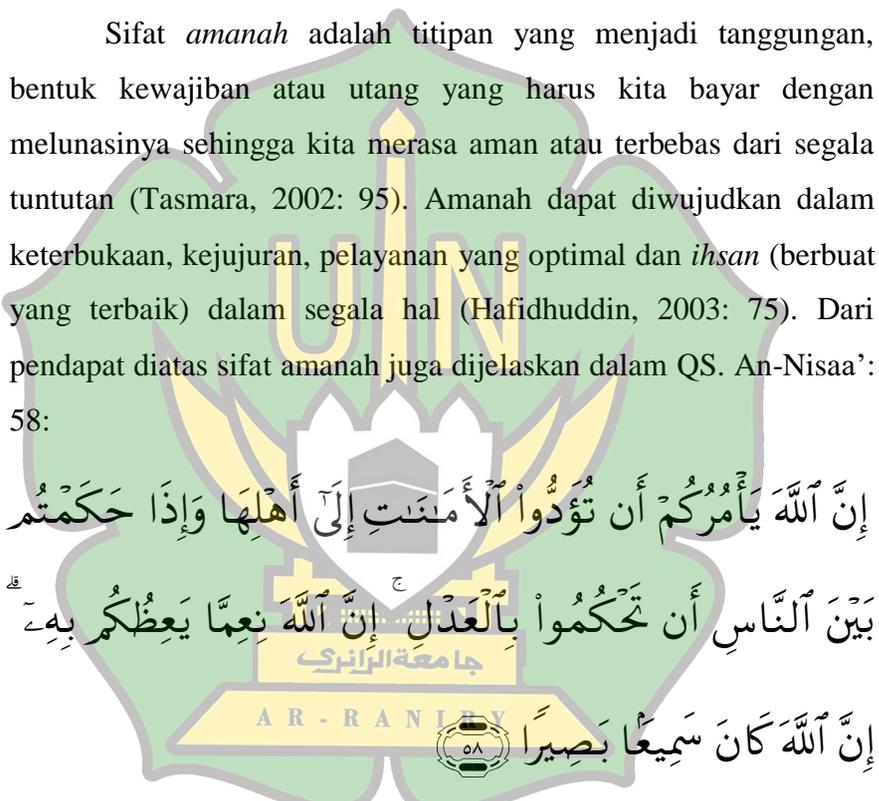
عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: “Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang

lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan Perkataan yang benar”. ”. (QS. An-Nisaa’ [4]: 9).

3. Amanah (dapat dipercaya)

Sifat *amanah* adalah titipan yang menjadi tanggungan, bentuk kewajiban atau utang yang harus kita bayar dengan melunasinya sehingga kita merasa aman atau terbebas dari segala tuntutan (Tasmara, 2002: 95). Amanah dapat diwujudkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal dan *ihsan* (berbuat yang terbaik) dalam segala hal (Hafidhuddin, 2003: 75). Dari pendapat diatas sifat amanah juga dijelaskan dalam QS. An-Nisaa’: 58:



 إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ

 بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ

 إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat” (QS. An-Nisaa’ [4]: 58).

4. *Fathanah* (cerdas)

Sifat nabi selanjutnya yang perlu diteladani *fathanah* yaitu kreatif dan inovatif hanya mungkin dimiliki ketika seorang selalu berusaha untuk menambah berbagai ilmu pengetahuan dan informasi, baik yang berhubungan dengan pekerjaannya maupun perusahaan secara umum (Sula dan Kertajaya, 2006: 130). Dalam QS. Yusuf: 55:

قَالَ أَجْعَلْنِي عَلَىٰ خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلِيمٌ

Artinya: “Berkata Yusuf: “Jadikanlah aku bendaharawan negara (Mesir); Sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga, lagi berpengetahuan” (QS. Yusuf [12]: 55).

Nilai bisnisnya adalah memiliki visi, misi, cerdas, menguasai atau luas pengetahuannya mengenai barang dan jasa, serta selalu belajar dan mencari pengetahuan (Alma, 2014: 176).

5. *Istiqomah*

Istiqomah merupakan bentuk kualitas batin yang melahirkan sikap konsistensi dan teguh pendirian untuk menegakkan dan membentuk sesuatu menuju kondisi yang lebih baik daripada kondisi yang sebelumnya (Amalia, 2015). *Istiqomah* merupakan hasil dari suatu proses yang dilakukan secara terus-menerus (Hafidhuddin, 2003: 73).

Menurut Imam Al-Ghazali dalam Alma (2014: 260-262), ada 6 sifat perilaku yang terpuji dalam perdagangan, yaitu:

1. Tidak mengambil laba lebih banyak, seperti yang lazim dalam dunia dagang. Jika dipikirkan perilaku demikian ini, maka dapat dipetik hikmahnya, yaitu menjual barang lebih murah dari saingan atau sama dengan pedagang lain yang sejenis, membuat konsumen akan lebih senang dengan pedagang seperti ini, apalagi diimbangi dengan pelayanan yang memuaskan.
2. Membayar harga agak lebih mahal kepada pedagang miskin, ini adalah amal yang lebih baik daripada sedekah biasa. Artinya jika anda membeli barang dari seorang penjual yang keadaannya miskin atau perlu dibantu maka lebihkanlah pembayaran dari harga semestinya.
3. Memurahkan harga atau memberi potongan kepada pembeli yang miskin, hal ini dapat mendapatkan pahala yang berlipat ganda.
4. Bila membayar hutang, pembayaran dipercepat dari waktu yang telah ditentukan. Jika yang dihutang berupa barang, maka usahakan dibayar dengan barang yang lebih baik, dan yang berhutang datang sendiri kepada yang berpiutang pada waktu pembayarannya. Bila hutang berupa uang, maka lebihkanlah pembayarannya sebagai tanda terima kasih, walaupun tidak diminta oleh orang yang berpiutang. Demikian yang dicontohkan oleh Rasulullah Saw.
5. Membatalkan jual beli, jika pihak pembeli menginginkannya. Ini sejalan dengan “*Customer is King*”

dalam ilmu marketing. Pembeli itu adalah raja, jadi apa kemauannya perlu diikuti sebab penjual harus tetap menjaga hati langganan, sampai langganan merasa puas. Kepuasan konsumen adalah merupakan target yang harus mendapatkan prioritas dari penjual. Dengan adanya kepuasan, maka langganan akan tetap terpelihara, bahkan akan meningkat karena langganan lama menarik langganan baru. Ingatlah promosi dari suatu produk yang berbunyi: *“kepuasan anda dambaan kami”, “Kami ingin memberi kepuasan yang istimewa”, “Jika anda merasa puas beritahu teman-teman anda, jika anda tidak merasa puas beritahu kami”* dan sebagainya.

6. Bila menjual bahan pangan kepada orang miskin secara cicilan, maka jangan ditagih bila orang miskin itu tidak mampu untuk membayarnya, dan membebaskan mereka dari utang jika meninggal dunia.

Sedangkan menurut Meredith (2005: 5) seorang wirausaha haruslah seorang yang mampu melihat ke depan. Melihat ke depan berpikir dengan penuh perhitungan, mencari pilihan dari berbagai alternative masalah dan pemecahannya. Untuk menjadi wirausaha tersebut seseorang harus memiliki karakter sebagaimana terlihat dalam Tabel 2.1 berikut:

Tabel 2.1
Ciri-ciri dan Watak/karakter Wirausaha

Ciri-Ciri	Watak
Kepemimpinan	- Mampu memimpin - Dapat bergaul dengan orang lain - Menanggapi saran dan kritik
Percaya diri	- Kepercayaan (keteguhan) - Ketidaktergantungan - Optimisme
Berorientasi tugas dan hasil	- Kebutuhan atau haus akan prestasi - Berorientasi laba atau hasil - Tekun dan tabah - Energik - Penuh inisiatif
Pengambil risiko	- Mampu mengambil risiko - Suka pada tantangan

Wiryasaputra (2004: 3-4) menyatakan bahwa ada sepuluh sikap dasar (karakter) wirausaha yaitu:

1. *Visionary* (visioner), yaitu mampu melihat jauh ke depan, selalu melakukan yang terbaik pada masa kini, sambil membayangkan masa depan yang lebih baik. Seorang wirausaha cenderung kreatif dan inovatif.
2. *Positive* (bersikap positif), yaitu membantu seorang wirausaha selalu berpikir yang baik, tidak tergoda untuk memikirkan hal-hal yang bersifat negatif, sehingga dia mampu mengubah tantangan menjadi peluang dan selalu berpikir akan sesuatu yang lebih besar.
3. *Confident* (percaya diri), sikap ini akan memandung seseorang dalam setiap mengambil keputusan dan

langkahnya. Sikap percaya diri tidak selalu mengatakan “Ya” tetapi juga berani mengatakan “Tidak” jika memang diperlukan.

4. *Genuine* (asli), seorang wirausaha harus mempunyai ide, pendapat dan mungkin model sendiri. Bukan berarti harus menciptakan sesuatu yang betul-betul baru, dapat saja dia menjual sebuah produk yang sama dengan yang lain, namun dia harus memberi nilai tambah atau baru.
5. *Goal Oriented* (berpusat pada tujuan), selalu berorientasi pada tugas dan hasil. Seorang wirausaha ingin selalu berprestasi, berorientasi pada laba, tekun, tabah, bekerja keras, dan disiplin untuk mencapai sesuatu yang telah ditetapkan.
6. *Persistent* (tahan uji), harus maju terus, mempunyai tenaga, dan semangat yang tinggi, pantang menyerah, tidak mudah putus asa, dan kalau jatuh segera bangun kembali.
7. *Ready to face a risk* (siap menghadapi risiko), risiko yang paling berat adalah bisnis gagal dan uang habis. Siap sedia untuk menghadapi risiko, persaingan, harga turun-naik, kadang untung atau rugi, barang tidak laku atau tak ada order. Harus dihadapi dengan penuh keyakinan. Dia membuat perkiraan dan perencanaan yang matang, sehingga tantangan dan risiko dapat diminimalisasi.
8. *Creative* (kreatif menangkap peluang), peluang selalu ada dan lewat didepan kita. Sikap yang tajam tidak hanya

mampu melihat peluang, tetapi juga mampu menciptakan peluang.

9. *Healthy Competitor* (menjadi pesaing yang baik), kalau berani memasuki dunia usaha, harus berani memasuki dunia persaingan. Persaingan jangan membuat stress, tetapi harus dipandang untuk membuat kita lebih maju dan berpikir secara lebih baik. Sikap positif membantu untuk bertahan dan unggul dalam persaingan.
10. *Democratic Leader* (pemimpin yang demokratis), memiliki kepemimpinan yang demokratis, mampu menjadi teladan dan inspirator bagi yang lain. Mampu membuat orang lain bahagia, tanpa kehilangan arah, dan tujuan, dan mampu bersama orang lain tanpa kehilangan identitas dirinya sendiri.

Selanjutnya, Pearce dalam Winardi (2003: 38-39) mengemukakan karakteristik *entrepreneur* yang berhasil adalah:

1. Komitmen dan determinasi yang tiada batas. Di sini tingkat komitmen para *entrepreneur* biasanya terganggu oleh kesediaan mereka untuk merusak kondisi kemakmuran pribadi mereka, oleh kesediaan untuk menginvestasikan waktu, menolerir standar kehidupan lebih rendah dibanding standar kehidupan yang sebenarnya dapat dinikmati mereka termasuk berkumpul dengan keluarga mereka.
2. Dorongan atau rangsangan kuat untuk mencapai prestasi. Secara tipikal dirangsang oleh kebutuhan untuk melampaui

hasil-hasil yang diraih mereka pada masa lampau; uang semakin kurang berarti sebagai motivator dan uang lebih banyak dijadikan alat untuk mengukur hingga di mana pencapaian prestasi mereka.

3. Orientasi kearah peluang serta tujuan. Para *entrepreneur* yang berhasil cenderung memusatkan perhatian mereka kepada peluang yang mewakili kebutuhan yang belum terpenuhi atau problem yang menuntut adanya pemecahan.
4. Lokus pengendalian internal. *Entrepreneur* yang berhasil sangat yakin akan diri mereka sendiri, adanya anggapan bahwa yang mengendalikan nasib perusahaan dengan sendirinya tanpa ada kekuatan luar yang mengendalikan dan menentukan hasil yang diraih mereka. Mereka bersifat realistik tentang kekuatan dan kelemahan.
5. Toleransi terhadap ambiguitas. *Entrepreneur* yang baru memulai usaha baru menghadapi kebutuhan untuk mengimbangkan pengeluaran untuk upah karyawan dan keuntungan yang diterima, kemudian menerima hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan yang berubah, pelanggan silih berganti termasuk kemunduran-kemunduran sebagai bagian dari kehidupan mereka.
6. Mempersiapkan diri untuk mengantisipasi problem yang mungkin timbul, mengonfirmasi akan peluang yang ada dan apa yang diperlukan untuk meraih keberhasilan, menciptakan cara untuk berbagai risiko dengan rekanan,

pelanggan, investor, kreditor dan dengan hati-hati mengendalikan peranan pokok dalam melakukan operasi perusahaan mereka.

7. Meski kekuasaan dan status dapat diraih, tetapi tetap lebih memusatkan perhatian pada peluang, pelanggan, pasar dan persaingan.
8. Tidak terintimidasi dengan situasi sulit, dapat bersifat desisif (berani mengambil keputusan) serta dapat menunjukkan kesabaran apabila perspektif jangka panjang dianggap sebagai hal yang tepat.
9. Secara agresif mencari umpan balik yang memungkinkan mempercepat kemajuan secara efektifitas. Membina hubungan dengan orang untuk mendapatkan pelajaran yang bermanfaat.
10. Kemampuan menghadapi kegagalan secara efektif dengan dapat menerima kegagalan dan memanfaatkannya sebagai suatu proses belajar.

2.1.3 Profil Wirausahawan

Roopke dalam Suryana (2009: 76) mengelompokkan wirausaha berdasarkan perannya, antara lain:

1. Wirausaha rutin, yaitu wirausaha yang melakukan kegiatan sehari-hari cenderung fokus pada pemecahan masalah dan perbaikan prestasi secara manual. Wirusaha ini cenderung berusaha untuk menghasilkan suatu barang, jasa, pasar, dan teknologinya sendiri. Wirausaha rutin mendapat keuntungan

berupa gaji yang dibayarkan setiap bulannya oleh sebuah tempat usaha.

2. Wirausaha *arbitrase*, yaitu wirausaha yang selalu mencari peluang melalui kegiatan penemuan dan pemanfaatan. Kelebihan wirausaha tipe ini adalah tidak menciptakan membuat suatu barang, tidak membutuhkan modal pribadi yang besar dan hanya melakukan spekulasi terhadap perbedaan harga jual dan harga beli.
3. Wirausaha inovatif, yaitu tipe wirausaha yang menciptakan ide dan kreasi baru yang berbeda. Wirausaha kelompok ini cenderung menjadi promotor suatu usaha, tidak hanya memperkenalkan teknik dan produk baru, tetapi juga menciptakan pasar, pengelolaan manajemen dan pemasaran. Zimmerer dalam Suryana (2009: 76) mengelompokkan beberapa profil wirausaha sebagai berikut:
 1. *Part-time entrepreneur*, yaitu wirausaha yang hanya bekerja setengah waktu, biasanya dilakukan karena hobi dan kegiatannya hanya bersifat sampingan.
 2. *Home based new venteres*, yaitu wirausaha yang memulai usahanya dari rumah atau tempat tinggal.
 3. *Family owned business*, yaitu usaha yang dilakukan atau dimiliki oleh beberapa anggota keluarga secara turun temurun.

4. *Capreneurs business*, yaitu usaha yang dilakukan oleh dua orang wirausaha yang bekerja sama sebagai pemilik dan menjalankan usahanya secara bersama-sama.

2.1.4 Motivasi Kewirausahaan

Aprijon (2013) mengemukakan bahwa motif berwirausaha dalam bidang perdagangan menurut ajaran agama Islam, yaitu:

1. Berdagang buat cari untung ?

Pekerjaan berdagang adalah sebagian dari pekerjaan bisnis yang sebagian besar bertujuan untuk mencari laba sehingga seringkali untuk mencapainya dilakukan hal-hal yang tidak baik. Padahal ini sangat dilarang dalam agama Islam. Seperti diungkapkan dalam hadits: “*Allah mengasihi orang yang bermurah hati waktu menjual, waktu membeli dan waktu menagih hutang*”. Pekerjaan berdagang masih dianggap sebagai suatu pekerjaan yang rendah karena biasanya berdagang dilakukan dengan penuh trik, penipuan, ketidakjujuran dan lain-lain.

2. Berdagang adalah hobi

Konsep berdagang adalah hobi banyak dianut oleh para pedagang dari cina. Mereka menekuni kegiatan berdagang ini dengan sebaik-baiknya dengan melakukan berbagai macam terobosan. Yaitu dengan *open display* (melakukan pajangan di halaman terbuka untuk menarik minat orang), *window display* (melakukan pajangan di depan toko), *interior display* (pajangan yang disusun didalam toko) dan *close display* (pajangan khusus barang-barang berharga agar tidak dicuri orang yang jahat).

3. Berdagang adalah ibadah

Bagi umat Islam berdagang lebih kepada bentuk ibadah kepada Allah Swt. Karena apapun yang kita lakukan harus memiliki niat untuk beribadah agar mendapat berkah. Berdagang dengan niat ini akan mempermudah jalan kita mendapatkan rezeki. Para pedagang dapat mengambil barang dari tempat grosir dan menjual ditempatnya. Dengan demikian masyarakat yang ada disekitarnya tidak perlu jauh untuk membeli barang yang sama. Sehingga nantinya akan terbentuk *patronage buying motive* yaitu suatu motif berbelanja ketoko tertentu saja.

4. Perintah kerja keras

Kemauan yang keras dapat menggerakkan motivasi untuk bekerja dengan sungguh-sungguh. Orang akan berhasil apabila mau bekerja keras, tahan menderita dan mampu berjuang untuk memperbaiki nasibnya. Menurut Murphy dan Peck, untuk mencapai sukses dalam karir seseorang, maka harus dimulai dengan kerja keras. Kemudian diikuti dengan mencapai tujuan dengan orang lain, penampilan yang baik, keyakinan diri, membuat keputusan, pendidikan, dorongan ambisi dan pintar berkomunikasi. Allah SWT. memerintahkan kita untuk tawakal dan bekerja keras untuk mengubah nasib. Jadi intinya adalah inisiatif, motivasi, kreatif yang akan menumbuhkan kreativitas untuk perbaikan hidup. Selain itu kita juga dianjurkan untuk tetap berdoa dan memohon perlindungan kepada Allah SWT. sesibuk apapun kita berusaha karena Dialah yang menentukan akhir dari setiap usaha.

5. Perdagangan/Berwirausaha pekerjaan mulia dalam Islam
Pekerjaan berdagang ini mendapatkan tempat terhormat dalam jaran Islam, seperti disabdakan Rasul:

*“Mata pencarian apakah yang paling baik, Ya Rasulullah? “
Jawab beliau: ialah seseorang yang bekerja dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang bersih”.* (HR. Al-Bazzar).

Zimmerer dalam Budiati (2012) mengemukakan bahwa motivasi berwirausaha didefinisikan sebagai sesuatu yang melatarbelakangi atau mendorong seseorang melakukan aktivitas dan memberi energi yang mengarah pada pencapaian kebutuhan, memberi kepuasan ataupun mengurangi ketidakseimbangan dengan membuka suatu usaha atau bisnis. Di bawah ini beberapa pendapat para ahli tentang motivasi seseorang melakukan kegiatan usaha sebagai wirausaha:

Menurut Basrowi (2011: 67-68), motivasi seseorang menjadi wirausaha, yaitu:

1. Laba. Seorang wirausaha dapat menentukan berapa laba yang dikehendaki dan keuntungan yang akan diperoleh serta berapa yang akan dibayarkan kepada pihak lain dan karyawannya.
2. Kebebasan. Bebas mengatur waktu, bebas dari aturan yang menekan dan bebas dari aturan budaya organisasi.
3. Impian personal. Bebas mencapai standar hidup yang diinginkan, bebas dari rutinitas kerja yang membosankan. Imbalan untuk menentukan misi, visi dan impian sendiri.

4. Kemandirian. Memiliki rasa bangga, karena dapat mandiri dalam segala hal dengan usaha sendiri.

Menurut Tuskeroh (2013) faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi berwirausaha adalah sebagai berikut:

1. Rasa percaya diri. Yaitu memiliki keyakinan yang kuat atas kekuatan yang ada pada dirinya sendiri.
2. Inovatif. Merupakan suatu kreativitas yang diimplementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang kita miliki dan kreatif merupakan hal-hal yang belum terpikirkan oleh orang lain.
3. Memiliki jiwa kepemimpinan. Yang mana sebagai faktor penting dalam mempengaruhi kinerja.
4. Efektif dan efisien. Efektif adalah sampai tingkat apakah tujuan itu sudah dicapai dalam arti kualitas dan kuantitas. Sedangkan efisien adalah perbandingan yang terbaik antara input dan output, antara daya usaha dan hasil usaha.
5. Berorientasi masa depan. Artinya mampu melihat peluang. Individu demikian selalu melihat kedepan dan tidak akan mempersoalkan apa yang telah dikerjakan kemarin, melainkan lebih mempersoalkan apa yang akan dikerjakan besok.

2.2 Keberhasilan Usaha

Dalam Islam melakukan usaha atau berbisnis adalah hal yang tentu dihalalkan apabila dijalankan secara baik. Setiap wirausaha pastinya menginginkan usahanya agar dapat berhasil dan

berkembang. Untuk mendapatkan itu semua seorang wirausaha haruslah dari awal memikirkan visi dan misi usahanya tersebut. Keberhasilan suatu usaha tentunya disebabkan oleh ide-ide yang dimiliki seorang wirausaha tersebut, dan tentunya ide yang dikeluarkan haruslah inovatif dan kreatif.

2.2.1 Pengertian Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha menurut suryana (2003: 285) adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya. Sedangkan keberhasilan usaha menurut Riyanti (2003: 29) keberhasilan usaha yaitu usaha kecil berhasil karena wirausaha memiliki otak yang cerdas, yaitu kreatif, mengikuti perkembangan teknologi dan dapat menerapkan secara proaktif. Mereka juga memiliki energi yang melimpah serta dorongan dan kemampuan asertif.

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 (Noor, 2007: 397). Berbeda dengan pendapat yang dikemukakan oleh Erliah (2007: 49) yang mengatakan bahwa suatu usaha dikatakan berhasil di dalam usahanya apabila setelah jangka waktu tertentu usaha tersebut mengalami peningkatan baik dalam permodalan, skala usaha, hasil atau laba, jenis usaha atau pengelolaan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa keberhasilan usaha yaitu suatu kepuasan dan tujuan yang telah dicapai oleh suatu bisnis dengan mendapat laba dari usahanya tersebut dan pastinya dengan

ide yang kreatif dan inovatif yang dikembangkan oleh seorang wirausaha.

2.2.2 Indikator Keberhasilan Usaha

Menurut Suryana (2003: 85) ada beberapa indikator dalam menunjang keberhasilan usaha sebagai berikut:

- a. Modal
- b. Pendapatan
- c. Volume penjualan
- d. Output produksi
- e. Tenaga kerja

Indikator keberhasilan usaha menurut Riyanti (2003: 28) dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Peningkatan dalam akumulasi modal atau peningkatan modal
- b. Jumlah produksi
- c. Jumlah pelanggan
- d. Perluasan usaha
- e. Perluasan daerah pemasaran
- f. Perbaikan sarana fisik dan
- g. Pendapatan usaha

Adapun indikator keberhasilan usaha yang dikemukakan oleh Noor (2007: 397) adalah sebagai berikut:

- a. Laba atau keuntungan usaha
- b. Produktivitas dan efisiensi
- c. Daya saing

- d. Kompetensi dan etika usaha
- e. Terbangunnya citra baik

Dapat diketahui bahwa ada beberapa pendapat para ahli diatas tentang indikator keberhasilan usaha, namun peneliti akan menggunakan pendapat dari Riyanti (2003: 28) sebagai indikator keberhasilan usaha dalam mendukung penelitian ini.

2.2.3 Keberhasilan Usaha dalam Islam

Islam menginginkan agar pembisnis mempunyai hati yang “hidup” sehingga bisa menjaga hak Allah SWT., hak orang lain dan hak dirinya sendiri, dapat memproteksi perilaku yang merusak amanah yang diberikan kepadanya, mampu menjaga dan mempertanggung jawabkan di hadapan Allah SWT. Sifat amanah harus dimiliki oleh pembisnis muslim sebab tidak hanya untuk kepentingan muamalah semata tetapi berkaitan dengan status iman seseorang (Hasan, 2008: 191). Seperti disebutkan pada QS. Al-Mu’minuun: 8:



 وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمْتِنَتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ

Artinya: “Dan orang-orang yang memelihara amanat-amanat(yang dipikulnya) dan janjinya” (QS. Al-Mu’minuun [23]: 8).

Dalam surat Al-Mu’minuun ayat 8 mengingatkan kita sebagai seorang muslim penting untuk selalu menjaga dan memelihara amanat dan janji. Sama halnya dalam keberhasilan usaha seorang wirausaha muslim dapat berhasil dikarenakan salah

satu sifat yang ia miliki yaitu selalu menjaga amanat dan janji yang ia terapkan dari pertama membuka usaha sampai akhirnya bisa dapat berhasil.

Menurut Aulia dalam Pareno (2001) menyusun daftar pengaruh yang membuat pengusaha menjadi sukses, yaitu:

1. Mengetahui ilmu sehingga berusaha untuk mensahkan jual beli dan muamalah-muamalah yang dapat dipelajari dari kitab-kitab fiqh.
2. Menghindari diri dari riba, menipu, menganiaya, berdusta, berkhianat, menjual barang-barang yang diharamkan dan lain-lain.
3. Memperbanyak bersyukur kepada Allah SWT. atas segala karunia yang telah dilimpahkan-Nya.
4. Menjaga dan memelihara waktu-waktu shalat.
5. Hendaknya bersifat takwa, zuhud, sabar, tawadhu (rendah hati), benar, jujur dan amanat.
6. Menunaikan zakat dan memperbanyak sedekah.
7. Hendaklah berlaku adil dan ihsan dalam muamalah.
8. Berniatlah dengan niat yang baik, yakni berusaha untuk bekal amal-amal akhirat, jangan berniat untuk bermegah-megahan, pamer, riya dan takabur.
9. Perbanyaklah berzikir mengingat Allah SWT. selama dalam beniaga.
10. Pengeluaran hendaknya lebih kecil daripada pemasukan.

11. Membelanjakan uangnya sekadar menurut status sosialnya di masyarakat dan selebihnya disimpan.
12. Hendaklah membeli apa yang dibutuhkan, bukan apa yang diinginkan.
13. Jangan biasakan berutang jika tidak penting sekali.
14. Mempunyai daftar khusus tentang pengeluaran dan pemasukan.
15. Hendaklah memperhatikan apa yang dibeli, kekuatan dan keindahannya.

2.3 Faktor Pendukung Keberhasilan Wirausaha

2.3.1 Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)

2.3.1.1 Pengertian Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)

Rahardjo (2010:18) dalam bukunya mengemukakan “Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) tidak hanya ditentukan oleh aspek keterampilan atau kekuatan tenaga fisiknya saja, akan tetapi juga ditentukan oleh pendidikan dan kadar pengetahuannya, pengalaman atau kematangannya dan sikapnya serta nilai-nilai yang dimilikinya”.

Kualitas SDM yang dikemukakan oleh Matindas (2002: 94) yaitu “Kualitas SDM adalah kesanggupan tiap-tiap karyawan baik di dalam menyelesaikan pekerjaannya, mengembangkan dirinya serta dorongan pengembangan diri dari rekan-rekannya”. Sedangkan menurut Hasibuan (2003: 244) sumber daya manusia adalah kemampuan terpadu dari daya fikir dan daya fisik yang dimiliki individu. Pelaku dan sifatnya dilakukan oleh keturunan

dan lingkungannya, sedangkan prestasi kerjanya dimotivasi oleh keinginan untuk memenuhi kepuasannya.

2.3.1.2 Indikator Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)

Rahardjo (2010: 18) mengatakan bahwa indikator dari kualitas sumber daya manusia adalah sebagai berikut:

1. Kualitas intelektual (pengetahuan dan keterampilan)
2. Pendidikan

Adapun indikator kualitas sumber daya manusia menurut Hutapea dan Nurianna (2008: 62) yaitu:

1. Memahami bidangnya masing-masing
2. Pengetahuan
3. Kemampuan
4. Semangat kerja
5. Kemampuan perencanaan/pengorganisasian

Indikator kualitas sumber daya manusia yang dikemukakan oleh Danim (1996: 45-46) dalam bukunya “Transformasi Sumber Daya Manusia” adalah sebagai berikut:

1. Kualitas fisik dan kesehatan
2. Kualitas intelektual (pengetahuan dan keterampilan)
3. Kualitas spiritual (kejuangan)

Dari semua indikator diatas dapat disimpulkan bahwa peneliti akan menggunakan pendapat yang dikemukakan oleh Rahardjo (2010: 18) sebagai indikator kualitas sumber daya manusia yaitu: kualitas intelektual (pengetahuan dan keterampilan) dan pendidikan dalam mendukung penelitian ini.

2.3.1.3 Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dalam Islam

Manusia merupakan makhluk yang memiliki kemampuan istimewa dan menempati kedudukan tertinggi di antara makhluk lainnya, yakni menjadi khalifah (wakil) Tuhan di muka bumi (Haluty, 2014). Selain itu sumber daya manusia yang berkualitas mendapat tempat yang istimewa di sisi Allah SWT. Seperti dalam firman Allah swt. dalam QS. Al-Mujaadilah: 11:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَلِسِ
فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا أُنذِرُوا فَاَنْذِرُوا يَرْفَعِ
اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ
بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya: “Hai orang-orang beriman apabila kamu dikatakan kepadamu: “Berlapang-lapanglah dalam majelis”, Maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. dan apabila dikatakan: “Berdirilah kamu”, Maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan” (QS. Al-Mujaadilah [58]: 11).

Karena dengan adanya ilmu pengetahuan seseorang dapat mengetahui apa kemampuan yang dimilikinya dan juga bisa

mengasah kualitas SDM untuk keberhasilan suatu usaha. Dan tidak semua orang memiliki kemampuan dalam menunjang keberhasilan usaha. Seperti sabda Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari dari Abu Hurairah r.a. yang artinya:

“Ketika suatu perkara diserahkan kepada orang yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancuran.” (H.R. Bukhari).

Islam menghendaki manusia berada pada tatanan tertinggi. Oleh karena itu, manusia di karuniai dengan akal, perasaan dan tubuh yang sempurna. Kesempurnaan demikian dimaksudkan agar manusia sebagai individu dapat mengembangkan diri dan menjadi anggota masyarakat yang berdaya guna sehingga dapat mengembangkan seluruh potensi sumber daya yang dimilikinya (Haluty, 2014).

2.3.2 Modal Usaha

2.3.2.1 Pengertian Modal Usaha

Pengertian modal usaha menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam Nugraha (2011: 9) ialah “Modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang dan sebagainya; harta benda (uang, barang dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan”. Modal usaha dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis. Banyak kalangan yang memandang bahwa modal uang bukanlah segala-galanya dalam sebuah bisnis. Namun perlu dipahami bahwa uang dalam

sebuah usaha sangat diperlukan. Yang menjadi persoalan disini bukanlah penting tidaknya modal, karena keberadaannya memang sangat diperlukan, akan tetapi bagaimana mengelola modal secara optimal sehingga bisnis yang dijalankan dapat berjalan dengan lancar (Amirullah, 2005: 7).

Riyanto (2007: 17) berpendapat bahwa pengertian modal adalah hasil produksi yang digunakan untuk memproduksi lebih lanjut. Dalam perkembangannya berubah yang bersifat *non physical oriented* yaitu lebih ditekankan kepada nilai daya beli, kekuasaan memakai atau menggunakan hal yang terkandung dalam barang-barang modal. Berbeda dengan pendapat yang dikemukakan oleh Schwiedland dalam Riyanto (2010: 18) memberikan pengertian modal dalam artian yang lebih luas, dimana modal itu meliputi baik modal dalam bentuk uang (*geldkapital*), maupun dalam bentuk barang (*sachkapital*), misalnya mesin, barang-barang dagangan dan lain sebagainya.

2.3.2.2 Indikator Modal Usaha

Purwanti (2012) indikator modal usaha adalah sebagai berikut:

1. Modal sebagai syarat untuk usaha
2. Besar modal
3. Hambatan sumber modal
4. Sumber modal dari luar

Indikator modal usaha sebagai berikut: (Kartika dkk, 2014)

1. Struktur permodalan: modal sendiri dan modal pinjaman

2. Pemanfaatan modal tambahan
3. Hambatan dalam mengakses modal eksternal
4. Keadaan usaha setelah penanaman modal

Dari kedua pendapat para ahli tentang indikator modal usaha di atas, maka peneliti akan menggunakan pendapat dari Putri dkk (2014) yaitu struktur permodalan, pemanfaatan modal tambahan, hambatan dalam mengakses modal eksternal dan keadaan usaha setelah penanaman modal sebagai pendukung indikator modal usaha dalam penelitian ini.

2.3.2.3 Modal Usaha dalam Islam

Modal usaha merupakan hal terpenting dalam menjalankan suatu usaha. Namun kadang kala modal usaha dianggap penting dan tidak penting tergantung bagaimana pelaku usaha menanggapinya. Bagi masyarakat, biasa mereka malas memulai suatu usaha karena beranggapan untuk memulai usaha harus memiliki modal yang cukup, tetapi itu semua tidak benar, dengan modal yang kecil tentu kita bisa memulai suatu usaha. Dalam membuka suatu usaha tentunya modal tidak boleh diabaikan dan harus digunakan secara baik, agar nantinya mendapatkan hasil dan manfaat yang baik juga. Modal awal dari suatu usaha biasanya diperoleh dari modal sendiri, kerjasama dan pinjaman tanpa bunga. Seperti penjelasan dalam QS. An-Nisa': 29:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا
تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” (QS. An-Nisa’ [4]: 29).

Ayat tersebut menjelaskan tentang bahwasannya perdagangan harus dilindungi oleh suka sama suka/kerelaan diantara kedua belah pihak, maksudnya jangan melakukan praktek-praktek yang diharamkan dalam memperoleh harta kekayaan, namun harus melalui perdagangan yang diisyaratkan dan berdasarkan kerelaan antara penjual dan pembeli (Ar-Rifai’, 1999: 693).

Beberapa ketentuan hukum Islam mengenai modal dikemukakan oleh Sulaiman dalam Efendi (2003: 63) yaitu:

1. Islam mengharamkan penimbunan modal.
2. Modal tidak boleh dipinjam dan meminjamkan dengan cara riba.
3. Modal harus dengan cara yang sama dengan mendapatkan hak milik (dengan cara yang halal atau baik).

4. Modal yang mencapai nisab, zakatnya wajib dikeluarkan.
5. Modal tidak boleh digunakan untuk memproduksi dengan cara boros.
6. Pembayaran gaji buruh/pekerja harus sesuai dengan ketentuan gaji dalam Islam.

2.3.3 Kualitas Produk

2.3.3.1 Pengertian Kualitas Produk

Komponen kualitas produk haruslah didasari dengan nilai kejujuran dan keadilan. Kualitas produk yang diberikan harus sesuai dengan yang ditawarkan. Jadi sangat dilarang bila perusahaan menyembunyikan kecacatan dari produk-produk yang mereka tawarkan (Sula dan Kartajaya, 2008: 178). Dalam ekonomi Islam, produk yang dihasilkan perusahaan haruslah produk yang membawa manfaat bagi konsumen sesuai dengan ajaran Islam.

Kotler dan Armstrong (2006: 299) memberikan pengertian tentang kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan suatu produk, keandalan, kemudahan, dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai-nilai yang lainnya. Sedangkan menurut Tjiptono (2006: 51) kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Kualitas produk juga memiliki pengertian kesesuaian antara kebutuhan dan keinginan atas produk kedalam spesifikasi produk yang dihasilkan (Purnama, 2006: 11).

2.3.3.2 Indikator Kualitas Produk

Ada sembilan dimensi kualitas produk menurut Kotler dan Keller yang dialihbahasakan oleh Bob Sabran (2009: 8-9) seperti berikut ini:

1. Bentuk (*form*), meliputi ukuran, bentuk atau struktur fisik produk.
2. Fitur (*feature*), karakteristik produk yang menjadi pelengkap fungsi dasar produk.
3. Kualitas kinerja (*performance quality*), adalah tingkat dimana karakteristik utama produk beroperasi.
4. Kesan kualitas (*perceived quality*), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.
5. Ketahanan (*durability*), ukuran umur operasi harapan produk dalam kondisi biasa atau penuh tekanan, merupakan atribut berharga untuk produk-produk tertentu.
6. Keandalan (*reability*), adalah ukuran probabilitas bahwa produk tidak akan mengalami malfungsi atau gagal dalam waktu tertentu.
7. Kemudahan perbaikan (*repairability*), adalah ukuran kemudahan perbaikan produk ketika produk itu tidak berfungsi atau gagal.

8. Gaya (*style*), menggambarkan penampilan dan rasa produk kepada pembeli.
9. Desain (*design*), adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

Adapun indikator kualitas produk yang digunakan oleh Kembaren (2009) yaitu sebagai berikut:

1. Cita rasa produk
2. Bahan baku
3. Tingkat kebersihan
4. Variasi bahan baku produk

Menurut Fandy Tjiptono (2012: 121) kualitas produk memiliki indikator-indikator yaitu sebagai berikut:

1. Kinerja (*performance*) merupakan karakteristik operasi dan produk inti (*core product*) yang dibeli.
2. Fitur (*feature*), fitur produk yang melengkapi fungsi dasar suatu produk tersebut.
3. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
4. Ketahanan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
5. Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.

6. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
7. Estetika (*esthetica*) yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*) merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk.

Dari pendapat para ahli di atas, maka peneliti berkesimpulan akan menggunakan pendapat dari Kembaren (2009), yaitu cita rasa produk, bahan baku, tingkat kebersihan dan variasi bahan baku produk sebagai indikator kualitas produk dalam pendukung penelitian ini.

2.3.3.3 Kualitas Produk dalam Islam

Produk yang dipasarkan merupakan senjata yang sangat bagus dalam memenangkan persaingan apabila memiliki mutu atau kualitas yang tinggi. Sebaliknya produk yang mutunya rendah akan sukar untuk memperoleh citra dari para konsumen. Oleh karena itu, produk yang dihasilkan harus diusahakan agar tetap bermutu baik (Gitosudarmo, 2000: 139). Sebagaimana firman Allah SWT. dalam QS. Al Baqarah: 168:

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا
 خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu” (QS. Al Baqarah [2]: 168).

Dari ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk memproduksi suatu produk haruslah memperhatikan kualitas dari produk tersebut, sehingga nantinya dapat memberikan manfaat yang baik dan barokah bagi konsumen. Jadi produk yang diproduksi haruslah halal, halal dalam Islam yaitu memenuhi syarat yang sesuai dengan syari’at Islam, yaitu (Departemen Agama RI, 2008: 2):

1. Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi.
2. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti: bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah, kotoran-kotoran dan lain sebagainya.
3. Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syari’at Islam.
4. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, tempat pengelolaan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu harus

dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syari'at Islam.

5. Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung khamar.

2.3.4 Harga

2.3.4.1 Pengertian Harga

Basu Swastha & Irawan (2005: 241) mengemukakan bahwa harga adalah sesuatu yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu kombinasi antara pelayanan ditambah produk dengan membayar jumlah uang yang sudah menjadi patokan. Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong (2012: 345) harga dapat didefinisikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas sesuatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler, 2008: 345). Dalam buku Alma (2002: 125) mendefinisikan harga merupakan sebuah nilai yang ditentukan untuk suatu barang maupun jasa yang ditentukan dengan uang.

2.3.4.2 Indikator Harga

Kotler dan Amstrong yang diterjemahkan oleh Bob Sabran (2008: 62), indikator dalam harga antara lain:

1. Harga terdaftar
2. Diskon

3. Potongan harga
4. Periode pembayaran
5. Syarat kredit

Indikator yang mencirikan harga menurut Rosvita yang dikutip oleh Sagita (2012) sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Dibawah ini juga merupakan indikator harga yang dikemukakan oleh Swastha dalam Arumsari (2012) yaitu:

1. Tingkat harga
2. Potongan harga
3. Waktu pembayaran
4. Syarat pembayaran

Dari beberapa indikator diatas, peneliti akan menggunakan indikator harga yang dikemukakan oleh Rosvita yang dikutip oleh Sagita (2012) yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing dan kesesuaian harga dengan manfaat dalam mendukung pembuatan skripsi ini.

2.3.4.3 Harga dalam Islam

Menurut jumhur ulama telah sepakat bahwa Islam menjunjung tinggi mekanisme pasar bebas, maka hanya dalam kondisi tertentu saja pemerintah dapat melakukan kebijakan penetapan harga. Prinsip dari kebijakan ini adalah mengupayakan

harga yang adil, harga yang normal atau sesuai harga pasar. Dalam penjualan Islami, baik yang bersifat barang maupun jasa, terdapat norma, etika agama dan perikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pasar Islam yang bersih, yaitu: (Qardhawi, 1999: 189)

1. Larangan menjual atau memperdagangkan barang-barang yang diharamkan
2. Bersikap benar, amanah dan jujur
3. Menegakkan keadilan dan mengharamkan riba
4. Menerapkan kasih sayang
5. Menegakkan toleransi dan keadilan

Qardhawi (2004: 316) penentuan harga harus adil, sebab keadilan merupakan salah satu prinsip dasar dalam semua transaksi yang Islami. Bahkan, keadilan sering kali dipandang sebagai inti sari dari ajaran Islam dan dinilai Allah SWT. sebagai perbuatan yang lebih dekat dengan ketakwaan.

Kejujuran merupakan tonggak dalam kehidupan masyarakat yang beradab. Kejujuran berarti apa yang dikatakan seseorang itu sesuai dengan hati nuraninya. Jujur dapat pula diartikan seseorang yang bersih hatinya dari perbuatan-perbuatan yang dilarang oleh agama dan hukum. Orang yang menepati janji atau menepati kesanggupan, baik yang telah terlahir dalam kata-kata maupun yang masih dalam hati dapat dikatakan jujur. Sedangkan bagi orang yang tidak menepati janji maka orang tersebut dikatakan tidak jujur. Setiap orang hendaknya, dapat bersikap jujur karena

kejujuran dapat mendatangkan ketentraman hati, menghilangkan rasa takut dan mendatangkan keadilan (Mujahidin, 2005).

2.3.5 Lokasi

2.3.5.1 Pengertian Lokasi

Menurut Swastha (2002: 24) “Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan”. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda. Berbeda dengan Alma (2003: 103) mengemukakan bahwa “Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya”.

Kasmir (2009: 129) juga memberikan pendapatnya tentang lokasi yaitu, tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajukan barang-barang dagangan. Sedangkan pengertian menurut Suwarman (2004: 280) lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja.

2.3.5.2 Indikator Lokasi

Indikator lokasi menurut Tjiptono (2006: 41-43) yaitu sebagai berikut:

1. Akses, yaitu kemudahan untuk menjangkau lokasi usaha.

2. Visibilitas, yaitu kemudahan untuk dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lalu lintas, Menyangkut dua pertimbangan utama:
 - a. Banyaknya orang yang berlalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap pembelian.
 - b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga jadi peluang.
4. Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman.
5. Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan dikemudian hari.
6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan.
7. Persaingan, yaitu lokasi dengan pesaing yang sejenis.
8. Peraturan pemerintah, misalnya peraturan dilarang membuka usaha makanan berlokasi dekat dengan tempat ibadah.

Indikator lokasi usaha juga dikemukakan oleh Akbar (2011)

yaitu:

1. Arus lalu-lintas menuju lokasi lancar
2. Tempat penjualan yang strategis dan mudah dijangkau
3. Situasi lingkungan tempat usaha yang nyaman
4. Dekat dengan pusat keramaian

Purwanti dan Adiwinata (2013) mendefinisikan indikator dari lokasi usaha sebagai berikut:

1. Kemudahan untuk mencari lokasi

2. Akses mudah ke restoran
3. Area parkir yang luas

Dari beberapa pendapat para ahli di atas, maka indikator lokasi usaha yang digunakan oleh peneliti dalam mendukung penelitiannya yaitu 8 indikator lokasi usaha menurut Tjiptono (2006: 41-43).

2.3.5.3 Lokasi dalam Islam

Dalam menentukan lokasi haruslah nantinya dapat memberi manfaat bagi usaha itu sendiri dan juga lingkungannya. Seperti firman Allah SWT. dalam QS. An-Nisaa': 85:

مَنْ يَشْفَعْ شَفَاعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِنْهَا ^ط وَمَنْ يَشْفَعْ
شَفَاعَةً سَيِّئَةً يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ مِنْهَا ^ظ وَكَانَ اللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ
مُّقِيتًا 

Artinya: “Barangsiapa memberikan syafa’at yang baik, niscaya ia akan memperoleh **bahagian I (pahala)** dari padanya, dan barangsiapa memberi syafa’at yang buruk, niscaya ia akan memikul **bahagian (dosa)** dari padanya. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu” (QS. An-Nisaa’ [4]: 85).

Maksud dari surat di atas, apabila seseorang berbuat kebaikan dan memberikan manfaat kepada orang lain maka ia akan mendapatkan pahala dan apabila seseorang berbuat keburukan dan berdampak terhadap orang lain maka ia akan mendapatkan dosa.

Dan Allah SWT. Maha Kuasa atas segala sesuatu sehingga setiap orang akan dapat balasannya baik ia melakukan syafa'at baik maupun syafa'at buruk.

2.4 Penelitian Terkait

Masykuri dan Soesatyo (2014) menyatakan bahwa hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha dan untuk mengetahui keberhasilan usaha Songkok di Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskripsi kuantitatif. Dengan metode yang digunakan adalah *explanatory survey*. Yang menjadi variabel bebas (X) adalah perilaku kewirausahaan, sedangkan variabel terikat (Y) adalah keberhasilan usaha. Ukuran sampel penelitian adalah 27 Responden yang merupakan para pengusaha Songkok di Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik. Metode penelitian menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa besarnya pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha sebesar 33%. Hal ini menunjukkan bahwa para pengusaha Songkok di Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik harus mengoptimalkan perilaku kewirausahaan untuk meningkatkan keberhasilan usaha. Karena perilaku kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha.

Iksyaniyah dan Soesatyo (2015) menyatakan bahwa hasil penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha. Penelitian ini dilakukan

pada pedagang kaki lima di Pasar Baru Krian Sidoarjo. Sampel yang digunakan adalah pedagang kaki lima yang berada di Pasar Baru Krian Sidoarjo sebanyak 127 responden dengan menggunakan insidental sampling. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah uji hipotesis dengan regresi linier sederhana dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang tidak signifikan antara variabel lokasi usaha (X) terhadap keberhasilan usaha (Y) Pedagang kaki lima, artinya para pedagang kaki lima di Pasar Baru Krian sudah mengetahui konsep lokasi usaha.

Achmad, Suharyono dan Yusri (2016) menyatakan bahwa hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan. Jenis penelitian yang dilakukan adalah *explanatory* dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 84 responden yang merupakan pelanggan 8 Oz *Coffe Studio Malang*. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas jasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik secara simultan maupun parsial.

Efika (2016) menyatakan bahwa hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui modal, tenaga kerja, kemampuan dan lokasi usaha berpengaruh terhadap kesuksesan bisnis R.M Ayam

Bakar Wong Solo Sultan Alauddin Makassar. Penelitian ini merupakan studi dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Data primer diperoleh melalui pengumpulan data berupa kuesioner/angket yang telah dibagikan kepada responden. Adapun responden dari penelitian ini adalah karyawan R.M Ayam Bakar Wong Solo sebanyak 42 orang yang dipilih dengan menggunakan teknik *total sampling*/sampel jenuh. Dan dianalisis menggunakan SPSS. 16 dengan alat analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian yang diperoleh adalah kesuksesan bisnis R.M Wong Solo Makassar secara parsial modal berpengaruh positif terhadap kesuksesan bisnis, sedangkan variabel lainnya berpengaruh negatif, namun secara simultan semua variabel berpengaruh terhadap kesuksesan bisnis. Dari keempat variabel, variabel yang paling mendominasi dalam kesuksesan bisnis adalah modal.

Muspita (2018) menyatakan bahwa hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh adopsi inovasi dan harga produk terhadap keberhasilan usaha dan pengaruhnya dalam perspektif ekonomi Islam. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Populasinya sebanyak 962 orang dan diambil sampel sebanyak 91 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu sampel dipilih dengan kriteria tertentu. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel adopsi inovasi dan

harga produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Dalam ekonomi Islam berdagang adalah sebagai sarana amal ibadah, berdagang dengan tujuan mencari keuntungan yang halal dan memerintahkan umat manusia untuk bekerja keras.

Dibawah ini merupakan contoh penelitian terkait yang berkaitan dengan penelitian tentang keberhasilan usaha antara lain:

Tabel 2.2
Penelitian Terkait

No	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Masykuri dan Soesatyo (2014)	Metode yang digunakan adalah <i>explanatory survey</i> , dan teknik analisis menggunakan regresi linier sederhana.	Masykuri dan Soesatyo (2014) menemukan bahwa variabel perilaku kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha.	<u>Variabel Dependent:</u> Keberhasilan usaha. <u>Teknik Pengumpulan Data:</u> Angket, observasi dan wawancara.	<u>Lokasi Penelitian:</u> Pengrajin Songkok di Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik. <u>Teknik Analisis:</u> Regresi Linier Sederhana. <u>Variabel Independen:</u> Perilaku Kewirausahaan.
2.	Iksyaniyah dan Soesatyo (2015)	Metode penelitian asosiatif dengan menggunakan pendekatan	Iksyaniyah dan Soesatyo (2015) menemukan bahwa	<u>Variabel Dependent:</u> Keberhasilan Usaha. <u>Variabel Independent:</u>	<u>Lokasi Penelitian:</u> Pelanggan Kaki Lima di Pasar Baru Krian

Tabel 2.2 – Lanjutan

No	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
		kuantitatif dan menggunakan analisis regresi linier sederhana.	variabel lokasi usaha memiliki pengaruh positif yang tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha.	Lokasi usaha. <u>Teknik Pengumpulan Data:</u> Angket.	Sidoarjo. <u>Teknik Analisis:</u> Regresi linier sederhana.
3.	Achmad, Suharyono dan Yusri (2016)	Metode yang digunakan adalah menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> , dan analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda.	Achmad, Suharyono dan Yusri (2016) menemukan bahwa variabel kualitas produk dan variabel kualitas jasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik secara simultan maupun parsial.	<u>Teknik Analisis:</u> Analisis Regresi Linier Berganda. <u>Variabel Independent:</u> Kualitas Produk. <u>Teknik Pengumpulan Data:</u> Angket.	<u>Lokasi Penelitian:</u> Pelanggan <i>Food and Beverage</i> 8 Oz Coffee Studio Malang. <u>Variabel Dependent:</u> Kepuasan Pelanggan. <u>Variabel Independent:</u> Kualitas Jasa.
4.	Efika (2016)	Metode yang digunakan adalah dengan	Efika (2016) menemukan bahwa	<u>Teknik Analisis:</u> Analisis Regresi	<u>Lokasi Penelitian:</u> R.M Ayam Bakar

Tabel 2.2 - Lanjutan

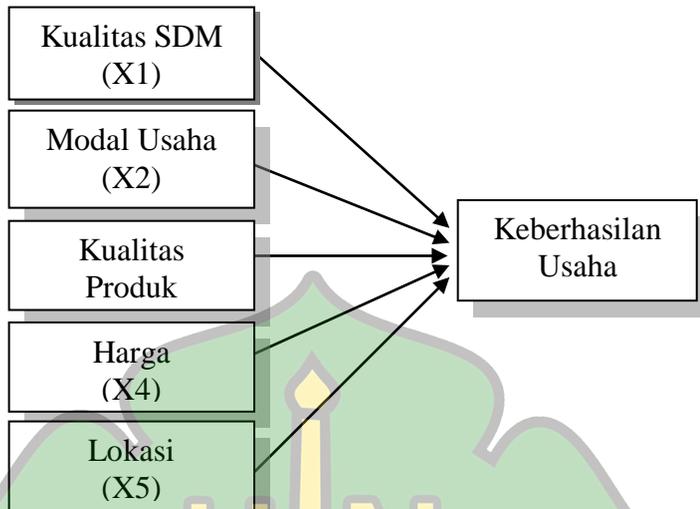
No	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
4.	Efika (2016)	menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, dan analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.	secara parsial hanya modal usaha usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan bisnis, sedangkan variabel lainnya berpengaruh negatif, namun secara simultan semua variabel berpengaruh terhadap kesuksesan bisnis.	Linier Berganda. <u>Variabel Independent:</u> Modal Usaha, dan Lokasi Usaha <u>Teknik Pengumpulan Data:</u> Angket	Wong Solo di Makassar. <u>Variabel Dependent:</u> Kesuksesan Usaha.
5.	Muspita (2018)	Metode yang digunakan adalah menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> dan teknik analisis data yang	Muspita (2018) menemukan bahwa secara simultan variabel adopsi inovasi dan variabel	<u>Teknik Analisis:</u> Analisis Regresi Linier Berganda. <u>Variabel Independent:</u> Harga.	<u>Lokasi Penelitian:</u> Usaha Bisnis <i>online</i> Artemis Fashion di Kota Bandar Lampung.

Tabel 2.2 - Lanjutan

No	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
		digunakan adalah analisis regresi linier berganda.	harga produk memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha, dan secara parsial kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.	<u>Variabel Dependent:</u> Keberhasilan Usaha. <u>Teknik Pengumpulan Data:</u> Angket, Observasi dan Wawancara.	<u>Variabel Independen:</u> Adopsi Inovasi

2.5 Kerangka Pemikiran Penelitian

Kerangka dalam suatu penelitian merupakan suatu konsep yang digunakan untuk menghubungkan antara satu variabel ke variabel lain, yaitu variabel-variabel bebas yang akan dihubungkan ke variabel terikat secara sistematis agar lebih mudah untuk dimengerti.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian

2.6 Hubungan Antar Variabel

2.6.1 Hubungan Kualitas SDM dengan Keberhasilan Usaha

Keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya tidak akan lepas dari peranan manajemen sumber daya manusia dalam menjalankan praktik-praktik manajemen sumber daya manusia. Menjalankan praktik-praktik sumber daya manusia dengan baik akan mendorong perusahaan untuk menciptakan keunggulan bersaing. Keunggulan mengacu kepada kemampuan perusahaan mempertahankan dan memperluas keuntungan *market share* perusahaan (Neo & Hollenbeck (2015: 4).

Apriliani dan Widiyanto (2018) dalam penelitiannya yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh besar antara keterampilan wirausaha terhadap keberhasilan usaha, dapat disimpulkan bahwa dalam keterampilan mempengaruhi kesuksesan suatu usaha. Lebih

lanjut, Lies Indriyatni (2013) yaitu faktor kemampuan/skill berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil, akan tetapi dalam penelitian ini kemampuan/skill menjadi kelemahan dari usaha mikro dan kecil dikarenakan tingkat pendidikan yang rendah dan desakan keluarga dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Zimmerer (2002) salah satu dari beberapa penyebab kegagalan berdirinya usaha mikro dan kecil yaitu kurangnya pengalaman, yaitu pengalaman kerja yang berkaitan dengan pengoperasian fisik bisnis dan konsep yang cukup.

Namun hasil berbeda ditemukan oleh Muhibburrahman (2020) yang menyatakan bahwa variabel keterampilan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kesuksesan suatu usaha, namun disimpulkan dalam penelitian ini bahwa keterampilan menjadi pertimbangan penting dalam menjalankan suatu usaha. Dan hasil ini sejalan dengan penelitian yang ditemukan oleh Efika (2016) yang menyatakan bahwa kemampuan/skill tidak berpengaruh terhadap kesuksesan bisnis, hal ini disebabkan karena kemampuan/skill yang dimiliki oleh setiap karyawan berbeda-beda meskipun teknik operasional yang dijalankan cukup bagus, namun kemampuan manager dalam pembagian kerja karyawannya belum sesuai dengan tingkat pengetahuan serta kemampuan dan keterampilan yang dimiliki.

2.6.2 Hubungan Modal Usaha dengan Keberhasilan Usaha

Nasution (2018: 30) menyatakan bahwa pada dasarnya semua usaha yang dilakukan, tujuannya adalah untuk menghasilkan laba dan keuntungan, kemudian membuat usaha tersebut diekspansi menjadi besar, tidak terkecuali pada Usaha Mikro Kecil Menengah, seperti berdagang Warung Bakso atau Bakso keliling, dalam memulai sebuah usaha maka salah satu hal yang sangat penting adalah modal usaha, baik ia modal sendiri ataupun modal pinjaman yang berasal dari Bank ataupun Non Bank. Modal usaha yang cukup dan memadai, akan membuat usaha lebih lancar dan keuntungan yang direncanakan oleh pedagang pun akan tercapai. Bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah maupun besar modal usaha merupakan salah satu faktor yang sangat penting yang dapat menentukan tingkat produksi dan juga pendapatan. Suatu usaha akan membutuhkan modal secara terus-menerus untuk mengembangkan usaha yang menjadi penghubung alat, bahan dan jasa yang digunakan dalam produksi untuk memperoleh hasil penjualan (Ahmad, 2004: 72).

Modal kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil di wilayah Semarang Barat (Lies Indriyatni, 2013). Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Andreas (2011) bahwa kelemahan usaha kecil adalah kekurangan dana untuk memenuhi beban mereka dalam beberapa bulan ke depan. Ditambah lagi dengan belum adanya pemisah keuangan usaha dan keuangan rumah tangganya.

Selanjutnya modal usaha berpengaruh positif dan signifikan pada keberhasilan usaha pedagang, artinya ketika modal pedagang kuat, maka keberhasilan usaha mereka semakin baik (Nurhadi, 2016).

Kadang kala modal usaha dianggap suatu hal yang penting ataupun tidak penting tergantung bagaimana para pelaku usaha menanggapinya, namun pada dasarnya pandangan masyarakat umum menganggap bahwa modal usaha merupakan hal terpenting dalam memulai suatu usaha. Dalam penelitiannya modal usaha berpengaruh terhadap kesuksesan bisnis R.M Ayam Wong Solo (Efika, 2016: 89).

Muhibburrahman (2020) menjelaskan bahwa modal usaha berpengaruh dan signifikan terhadap kesuksesan usaha. Selain itu, pada variabel modal usaha memiliki hubungan yang positif terhadap kesuksesan usaha. Begitupun dengan Nurhadi (2016) menemukan hasil positif dan signifikan pada modal usaha terhadap keberhasilan usaha pedagang. Artinya, ketika modal usaha pedagang kuat, maka keberhasilan usaha mereka semakin baik.

Lebih lanjut, Septiani (2011) berpendapat bahwa modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha kecantikan.

2.6.3 Hubungann Kualitas Produk dengan Keberhasilan Usaha

Dalam penelitian Muspita (2018: 20) Bagi perusahaan, keberhasilannya dalam melakukan inovasi produk berarti perusahaan tersebut selangkah lebih maju dibanding dengan

persaingannya. Adopsi inovasi produk harus betul-betul direncanakan dan dilakukan dengan cermat. Apabila produk tersebut memiliki suatu kelebihan dan dipandang sebagai nilai tambah bagi konsumen. Setelah menciptakan produk-produk yang inovatif tersebut maka ditentukan harga jual produk sesuai dengan kualitas yang diberikan menggunakan suatu pertimbangan-pertimbangan tertentu dari segi biaya produksi yang dikeluarkan dan yang lainnya. Keberhasilan inovasi produk atau proses memberikan sesuatu yang unik dan khas pada produk yang mungkin sebelumnya tidak pernah dilakukan oleh para pesaing atau usaha bisnis *fashion* lainnya tentu dapat mempengaruhi keberhasilan usaha para pengusaha.

Wanda, Altje dan Yunita (2018) dalam penelitiannya menemukan bahwa faktor produk terlihat pada mutu, kualitas, manfaat, desain dan siklus kehidupan produk tersebut. Dan karena inilah produk berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha dalam penelitian ini. Lebih lanjut, Achmad, Suharyono dan Yusri (2016) menemukan hasil yang sama yaitu kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dikarenakan hasil penelitian ini menunjukkan kualitas produk terdiri dari *freshness, presentation, taste, and innovative food* mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan. Seperti penelitian yang dilakukan Afshar et al., (2011) menunjukkan hasil korelasi positif yang tinggi antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan. Hal ini berarti, semakin tinggi kualitas yang dimiliki suatu produk,

maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Dan hal ini dapat menguntungkan bagi suatu perusahaan.

Hasil yang sama ditemukan oleh Alberto (2019) yang menyatakan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, dan keberhasilan usaha produk dalam penelitian ini berfokus pada menjaga kualitas produk, produk yang tahan lama dan kemasan produk yang menarik. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Bakhtiari (2014) yang menyatakan produk memberikan pengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha. Begitu juga dengan penelitian Mustapha (2017) yang menyatakan produk memberikan pengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha. Serta penelitian yang dilakukan oleh Setiawan dan Harmon (2017) yang menyatakan produk memberikan pengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha.

2.6.4 Hubungan Harga dengan Keberhasilan Usaha

Menurut Fandi Tjiptono (2003: 242), salah satu faktor yang mempengaruhi harga yaitu apabila biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab atau tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian. Sebaliknya, apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya, baik biaya produksi, biaya operasi maupun biaya non operasi, akan menghasilkan keuntungan. Dalam pengertian umum, keberhasilan menunjukkan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul dari pada masa sebelumnya. Dapat disimpulkan bahwa suatu usaha dikatakan

berhasil apabila memiliki suatu kelebihan dibandingkan dengan periode sebelumnya atau dengan perusahaan sekelasnya. Suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba, walaupun laba bukan merupakan satu-satunya aspek yang di nilai dari keberhasilan sebuah usaha. Tetapi alasan laba yang menjadi factor penting adalah karena laba merupakan tujuan dari orang yang melakukan bisnis (Noor, 2007: 180).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Alberto (2019) harga ditemukan memberikan pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Hal ini berarti keberhasilan usaha dapat terjadi karena berfokus pada harga produk yang dijualnya melalui menawarkan diskon, harga yang sesuai dengan kualitas dan harga yang bersaing. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Muspita (2018) yang mana berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Dilanjutkan oleh Wanda, Altje dan Yunita (2018) dalam penelitiannya berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Permana (2014) juga menyatakan bahwa penentuan harga jual berpengaruh terhadap keberhasilan UKM.

2.6.5 Hubungan Lokasi dengan Keberhasilan Usaha

Pengaruh lokasi usaha pada keberhasilan usaha salah satu hal yang harus diperhatikan oleh pengusaha adalah lokasi usaha, sebab salah memilih lokasi usaha akan mengakibatkan suatu kerugian bagi pengusaha (Murti dan Suprihanto, 1998: 67). Tetapi dalam penelitian ini lokasi berpengaruh positif yang tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Alberto (2019) menunjukkan bahwa dalam penelitiannya lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Sama halnya dengan Muhibburrahman (2020) menunjukkan bahwa lokasi usaha berpengaruh dan signifikan terhadap kesuksesan suatu usaha. Fu'ad (2015) juga menemukan hasil bahwa lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap kesuksesan usaha. Begitupun penelitian yang dilakukan oleh Nurhadi (2016) lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Artinya, lokasi usaha yang banyak dikunjungi oleh konsumen dapat meningkatkan keberhasilan usaha pedagang.

Berbeda halnya dengan penelitian yang diteliti oleh Iksyanayah dan Soesatyo (2015) dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel lokasi usaha terdapat pengaruh positif yang tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha. Dilanjutkan oleh Efika (2016) menemukan bahwa lokasi usaha tidak berpengaruh terhadap kesuksesan bisnis RM ayam bakar.

2.7 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2009: 96), “Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan hipotesis penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pernyataan”. Berdasarkan hal tersebut dan perumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Kualitas SDM, Modal Usaha, Kualitas Produk, Harga dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha bakso di Kota Banda Aceh.

H2 : Kualitas SDM, Modal Usaha, Kualitas Produk, Harga dan Lokasi secara parsial salah satunya berpengaruh dalam menunjang keberhasilan usaha bakso di Kota Banda Aceh.



BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Untuk lokasi penelitian mengambil 30 tempat usaha bakso berlokasi di Banda Aceh. Sedangkan yang menjadi objek penelitian adalah penjual dari usaha bakso, khususnya usaha bakso muslim yang ada di Banda Aceh.

3.2 Pendekatan Penelitian

Untuk mendapatkan dan memperoleh data yang akurat dan relevan maka penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2011: 8) penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis dalam penelitian ini sangat penting, karena nantinya akan berpengaruh untuk kualitas dari hasil penelitian. Sumber yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Penjelasannya sebagai berikut:

- a. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, yang diamati dan dicatat untuk pertama kalinya (Marzuki, 2005: 55). Dalam penelitian ini sumber data

primernya diperoleh dan dikumpulkan secara langsung dari penjual pada usaha bakso di Kota Banda Aceh.

- b. Data sekunder adalah data yang bukan di usahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti (Marzuki, 2005: 55). Tidak seperti data primer, data sekunder dapat diperoleh dari jurnal-jurnal, buku, majalah maupun dokumen yang berhubungan dengan usaha bakso maupun yang berkaitan dengannya.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data primer yaitu data yang akan didapatkan secara langsung dari hasil penyebaran kuesioner dan observasi terhadap penjual dari usaha bakso di Kota Banda Aceh dan juga menggunakan data sekunder yang berasal dari jurnal dan penelitian terdahulu.

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 2006: 130). Sedangkan menurut Sugiyono pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013: 80). Yang menjadi populasi dalam penelitian ini ialah semua jumlah usaha bakso yang berhasil di Kota Banda Aceh.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2006: 131). Selanjutnya Arikunto (2012: 104) juga berpendapat dalam bukunya bahwa “bila populasi melebihi dari 100 orang maka sampel diambil secara *purposive sampling* sebanyak 10%-15% atau 20%-25%, Jika populasi kurang dari 100 orang, maka kemungkinan semuanya untuk dijadikan sampel”. Dari pendapat di atas, karena populasi dalam penelitian ini lebih dari 100 usaha bakso, maka sampel yang diambil oleh peneliti dalam penelitian ini secara *purposive sampling* yaitu sebanyak 30 usaha bakso yang ada di Kota Banda Aceh.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah pencatatan peristiwa-peristiwa atau hal-hal atau keterangan-keterangan atau karakteristik-karakteristik, sebagian atau seluruh elemen populasi yang akan menunjang atau mendukung penelitian (Hasan, 2002). Untuk memperoleh data yang akurat dan relevan dalam penelitian ini akan dilaksanakan serangkaian teknik pengumpulan data, yaitu:

- a. Kuesioner (angket). Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013: 142). Maksud dari teknik pengumpulan data ini yaitu dengan cara mengajukan pertanyaan dalam bentuk tertulis kepada responden. Pertanyaan dalam kuesioner tersebut di adaptasi dari

pertanyaan penelitian sebelumnya, dan juga berdasarkan indikator variabel-variabel dalam penelitian ini.

- b. Pengamatan/*Observasi*. Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2013: 145) mengemukakan bahwa, *observasi* merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.
- c. Wawancara. Yaitu dengan mengadakan komunikasi langsung antara peneliti dan sumber informasi dalam bentuk tanya jawab.

3.6 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan skala *likert*. Skala ini berhubungan dengan pernyataan sikap seseorang terhadap sesuatu. Penggunaan skala *likert* menurut Sugiyono (2013: 107) adalah “Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Penilaian pernyataan skala ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

Pernyataan	Poin
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiyono, 2013: 108

3.7 Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas SDM, modal usaha, kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keberhasilan usaha bakso Kota Banda Aceh, maka teknik analisis data dilakukan secara kuantitatif dengan menggunakan analisis persamaan regresi linier berganda.

Analisis regresi linier berganda adalah regresi linier untuk menganalisis besarnya hubungan dan pengaruh variabel *independen* yang jumlahnya lebih dari dua (Suharyadi dan Purwanto, 2004: 508). Dengan menggunakan SPSS *versi 20.0 for windows*, dengan formula sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

- Y : variabel keberhasilan usaha
- a : bilangan konstanta
- b₁ : koefisien regresi variabel kualitas SDM
- X₁ : variabel kualitas SDM
- b₂ : koefisien regresi variabel modal usaha
- X₂ : variabel modal usaha
- b₃ : koefisien regresi variabel kualitas produk
- X₃ : variabel kualitas produk
- b₄ : koefisien regresi variabel harga
- X₄ : variabel harga
- b₅ : koefisien regresi variabel lokasi
- X₅ : variabel lokasi
- e : error

3.8 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Berdasarkan variabel-variabel di atas, maka definisi operasional variabelnya yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Teori	Indikator	Skala
Independen			
1. Kualitas SDM (X ₁)	Kualitas SDM tidak hanya ditentukan oleh aspek keterampilan atau kekuatan tenaga fisiknya saja, akan tetapi juga ditentukan oleh pendidikan dan kadar pengetahuannya, pengalaman atau kematangannya dan sikapnya serta nilai-nilai yang dimilikinya (Raharjo, 2010: 18).	1. Kualitas intelektual (pengetahuan dan keterampilan) 2. Pendidikan (Raharjo, 2010: 18)	<i>Likert</i>
2. Modal Usaha (X ₂)	Modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang dan sebagainya; harta benda (uang, barang dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan (Nugraha, 2011: 9).	1. Struktur permodalan: modal sendiri dan modal pinjaman 2. Pemanfaatan modal tambahan 3. Hambatan mengakses modal eksternal 4. Keadaan usaha setelah penanaman modal (Putri dkk,2012)	<i>Likert</i>

Tabel 3.2 - Lanjutan

Variabel	Konsep Teori	Indikator	Skala
3. Kualitas Produk (X ₃)	Kualitas produk juga memiliki pengertian kesesuaian antara kebutuhan dan keinginan atas produk kedalam spesifikasi produk yang dihasilkan (Purnama, 2006: 11).	1. Cita rasa produk 2. Bahan baku 3. Tingkat kebersihan 4. Variasi bahan baku produk (Kembaren, 2009)	<i>Likert</i>
4. Harga (X ₄)	Harga merupakan sebuah nilai yang ditentukan untuk suatu barang maupun jasa yang ditentukan dengan uang (Alma, 2002: 125).	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing 4. Kesesuaian harga dengan manfaat Rosvita yang dikutip oleh Sagita (2012)	<i>Likert</i>
5. Lokasi (X ₅)	Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan (Swastha, 2002: 24).	1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu lintas 4. Tempat parkir 5. Ekspansi 6. Lingkungan 7. Persaingan 8. Peraturan pemerintah (Tjiptono, 2006: 42-43)	<i>Likert</i>

Tabel 3.2 - Lanjutan

Variabel	Konsep Teori	Indikator	Skala
Dependen			
6. Keberhasilan Usaha Bakso (Y)	Keberhasilan usaha yaitu usaha kecil berhasil karena wirausaha memiliki otak yang cerdas , yaitu kreatif, mengikuti perkembangan teknologi dan dapat menerapkan secara proaktif. Mereka juga memiliki energi yang melimpah serta dorongan dan kemampuan asertif (Riyanti, 2003: 29).	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 dan 7.Pendapatan usaha (Riyanti, 2003: 28).	<i>Likert</i>

Sumber: Data diolah (2018)

3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.9.1 Uji Validitas

Arikunto (2006: 168) menyatakan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

Untuk pengujian validitas data dalam penelitian dilakukan secara statistik yaitu dengan menggunakan uji *Coefficient Correlation Pearson* dengan bantuan program komputerisasi yaitu *Statistical Product and Service Solution* (SPSS). Output pada uji validitas yang diinterpretasikan adalah pada tabel Pearson correlation yang merupakan hasil korelasi dari skor pada item dengan skor total itemnya. Dengan sampel (n) = 30 dan $\alpha = 0,05$.

Rumus *df* (*degree of freedom*) adalah ($df = n-2$ dimana n adalah jumlah sampel, dan 2 adalah ketetapan). Untuk menunjukkan nilai r_{tabel} tingkat signifikan yang digunakan sebesar 5 % atau 0,05 dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df = n-2$.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Arikunto (2006: 154) menyatakan bahwa reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapatdipercaya.

Untuk melihat reliabilitas masing-masing instrumen, peneliti menggunakan *Koefisien Cronbach Alpha*, dengan bantuan program komputerisasi *Statistical Product and Service Solution* (SPSS), untuk mengukur konsistensi alat-alat tersebut dalam bentuk *reliability test*, uji reliabilitas pada penelitian ini digunakan untuk mengidentifikasi apakah keseluruhan variabel-variabel yang

digunakan sudah benar atau belum. Menurut Ghozali (2006: 41) kuesioner dikatakan reliabel apabila hasil uji statistik Alpha $\alpha > 0,60$.

3.10 Uji Asumsi Klasik

3.10.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengujinya dapat digunakan model *Kolmogorov-Smirnov Test* yaitu jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data residual terdistribusi normal dan jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data residual tidak terdistribusi normal (Sugiyono, 2014: 275). Seperti yang diketahui bahwa uji-t dan uji-f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel yang kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak maka dilakukan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov Test*. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $> 0,05$.

3.10.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat

nilai VIF masing-masing variabel *independen*, jika nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas (Ghozali, 2001: 57).

3.10.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2001: 69).

Dalam mengambil keputusan uji heterokedastisitas adalah sebagai berikut (Ghozali 2001):

1. Jika ada pola tertentu seperti titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heterokedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.11 Pengujian Hipotesis

3.11.1 Secara Simultan (uji-F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-

sama (simultan) terhadap variabel dependen. Pengujian ini pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2011: 45). Penjabaran hipotesis dari uji simultan dapat dijelaskan dibawah ini:

- a. $H_0 = 0$, artinya faktor kualitas SDM, modal usaha, kualitas produk, harga dan lokasi secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap keberhasilan wirausaha bakso pada usaha bakso di Kota Banda Aceh.
- b. $H_a \neq 0$, artinya faktor kualitas SDM, modal usaha, kualitas produk, harga dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keberhasilan wirausaha bakso pada usaha bakso di Kota Banda Aceh.

Uji simultan ini dilakukan dengan bantuan program *SPSS 20* akan dilihat pada tabel ANOVA dan kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat atau tidak adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai F -hitung $>$ F -tabel dan nilai probabilitas $Sig. < \alpha$ (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, variabel kualitas SDM, modal usaha, kualitas produk, harga dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keberhasilan wirausaha bakso pada pedagang bakso pada usaha bakso di Kota Banda Aceh.

- b. Jika nilai $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ dan nilai probabilitas $Sig. > \alpha$ (0,05), maka H_a ditolak dan H_o diterima, variabel kualitas SDM, modal usaha, kualitas produk, harga dan lokasi secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap keberhasilan wirausaha bakso pada usaha bakso di Kota Banda Aceh.

Rumus df (*degree of freedom*) adalah ($df1 = k-1$ dan $df2 = n-k$ dimana n adalah jumlah sampel, k adalah jumlah variabel bebas dan 1 adalah ketetapan). Untuk menunjukkan nilai F_{tabel} tingkat signifikan yang digunakan sebesar 5 % atau 0,05 dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df1 = (n-k)$ dan $df2 = (n-1)$.

3.11.2 Secara Parsial (uji-t)

Pengetahuan tentang koefisien regresi atau uji parsial bertujuan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam persamaan tersebut secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terikat. Uji parsial atau uji individu pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011: 45). Adapun penjabaran hipotesis dalam uji parsial dapat dijelaskan di bawah ini.

- a. $H_o = 0$, artinya faktor kualitas SDM, modal usaha, kualitas produk, harga dan lokasi tidak berpengaruh terhadap keberhasilan wirausaha bakso pada usaha bakso di Kota Banda Aceh.

$H_a \neq 0$, artinya faktor kualitas SDM, modal usaha, kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh terhadap keberhasilan wirausaha bakso pada usaha bakso di Kota Banda Aceh.

- b. $H_0 = 0$, artinya faktor kualitas SDM, modal usaha, kualitas produk, harga dan lokasi secara tidak berlebihan tidak berpengaruh terhadap keberhasilan wirausaha bakso pada usaha bakso di Kota Banda Aceh.

$H_a \neq 0$, artinya faktor kualitas SDM, modal usaha, kualitas produk, harga dan lokasi secara tidak berlebihan berpengaruh terhadap keberhasilan wirausaha bakso pada usaha bakso di Kota Banda Aceh.

Uji parsial ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 20 dan kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah suatu variabel bebas secara individu berpengaruh terhadap variabel terikat atau tidak adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dan nilai probabilitas signifikansinya $< \alpha$ (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, variabel kualitas SDM, modal usaha, kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh terhadap keberhasilan wirausaha bakso pada usaha bakso di Kota Banda Aceh.
- b. Jika nilai $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ dan nilai probabilitas signifikansinya $> \alpha$ (0,05), maka H_a ditolak dan H_0 diterima, variabel kualitas SDM, modal usaha, kualitas produk, harga dan lokasi tidak berpengaruh terhadap

keberhasilan wirausaha bakso pada usaha bakso di Kota Banda Aceh.

Rumus df (*degree of freedom*) adalah ($df = n - k$ dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas). Untuk menunjukkan nilai t_{tabel} tingkat signifikan yang digunakan sebesar 5 % atau 0,05 dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df = n - k$.

3.11.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi ini adalah 0 sampai dengan 1. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011: 45).

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden menggambarkan identitas responden yang dilihat dari segi umur, jenis kelamin, pendidikan, jumlah karyawan dan lama usaha bakso didirikan yang diperoleh dari hasil pengedaran kuesioner kepada 30 responden pada pedagang dari usaha bakso di Kota Banda Aceh. Untuk lebih jelasnya karakteristik responden tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.1
Karakteristik Responden**

No	Variabel	Frekuensi	Persentase
1.	Umur		
	- 20-30 tahun	3	10
	- 31-40 tahun	7	23,3
	- > 40 tahun	20	66,6
Jumlah		30	100
2.	Jenis Kelamin		
	- Laki-Laki	11	36,6
	- Perempuan	19	63,3
Jumlah		30	100
3.	Pendidikan		
	- SD	0	0,0
	- SMP	3	10
	- SMA	24	80
	- Sarjana	3	10
Jumlah		30	100

Tabel 4.1 - Lanjutan

No	Variabel	Frekuensi	Persentase
4.	Jumlah Karyawan		
	- < 5 orang	7	23,3
	- 5-10 orang	19	63,3
	- >10 orang	4	13,3
Jumlah		30	100
5.	Lama Usaha		
	- 2 tahun	1	3,33
	- 3 tahun	1	3,33
	- > 3 tahun	28	93,3
Jumlah		30	100

Sumber: Data diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa 30 orang responden (66,6%) berumur di atas 40 tahun, 7 orang lagi (23,3%) berumur di rentang 31-40 tahun, dan selebihnya 3 orang (10%) berumur di rentang 20-30 tahun. Selanjutnya besar responden berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 19 orang (63,3%) dan hanya 11 orang (36,6%) yang berjenis kelamin perempuan.

Berdasarkan tingkat pendidikan, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden merupakan tamatan SMA dengan jumlah 24 orang (80%), sarjana dan tamatan SMP masing-masing sebesar 3 orang (10%), dan tidak terdapat tingkat pendidikan untuk tamatan SD.

Dilihat dari jumlah karyawan tempat usaha bakso sebesar 19 orang (63,3%) di rentang 5-10 orang, 7 orang (23,3%) kurang dari 5 orang karyawan, dan 4 orang (13,3%) lebih dari 10 karyawan. Selanjutnya dilihat dari lama usaha responden dapat diketahui bahwa jumlah terbanyak berada pada masa lebih dari 3

tahun, yaitu sebanyak 28 orang (93,3%), selanjutnya lama usaha 2 tahun dan juga lama usaha 3 tahun memiliki jumlah perolehan yang sama yaitu sebanyak 1 orang (3,33).

4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu instrumen yang baik mempunyai validitas tinggi, sebaliknya jika instrumen yang kurang baik memiliki validitas rendah.

Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 20.0 dengan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen dikatakan valid dan sebaliknya. Dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan uji signifikansi yang membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$. Dalam hal ini n adalah jumlah responden. Besarnya $df = 30-2$ atau $df = 28$ dengan $\alpha = 0,05$ sehingga di dapat $r_{tabel} = 0,361$. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas

Variabe l	Butir Pernyataan	r tabel	r hitung	Kesimpulan
X ₁	Item 1	0,361	0,679	Valid
	Item 2	0,361	0,813	Valid
	Item 3	0,361	0,784	Valid
X ₂	Item 1	0,361	0,841	Valid
	Item 2	0,361	0,753	Valid
	Item 3	0,361	0,858	Valid
	Item 4	0,361	0,805	Valid
X ₃	Item 1	0,361	0,736	Valid
	Item 2	0,361	0,749	Valid
	Item 3	0,361	0,785	Valid
	Item 4	0,361	0,798	Valid
	Item 5	0,361	0,763	Valid
	Item 6	0,361	0,687	Valid
X ₄	Item 1	0,361	0,873	Valid
	Item 2	0,361	0,951	Valid
	Item 3	0,361	0,920	Valid
X ₅	Item 1	0,361	0,675	Valid
	Item 2	0,361	0,752	Valid
	Item 3	0,361	0,817	Valid
	Item 4	0,361	0,611	Valid
	Item 5	0,361	0,801	Valid
	Item 6	0,361	0,644	Valid
X ₆	Item 1	0,361	0,410	Valid
	Item 2	0,361	0,514	Valid
	Item 3	0,361	0,725	Valid
	Item 4	0,361	0,585	Valid
	Item 5	0,361	0,821	Valid
	Item 6	0,361	0,520	Valid
	Item 7	0,361	0,489	Valid

Sumber: Data diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid, sehingga semua pernyataan yang terkandung dalam kuesioner

penelitian ini dinyatakan valid untuk dilanjutkan ke penelitian yang lebih mendalam, karena diperoleh nilai validitas lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,361 maka, dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari keenam variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 dan Y adalah valid.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Untuk melihat kehandalan kuesioner yang digunakan, maka dalam penelitian ini menggunakan uji reliabilitas berdasarkan *Cronbach Alpha* yang lazim digunakan untuk pengujian kuesioner dalam penelitian ilmu sosial. Analisis ini digunakan untuk menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat dengan skala variabel yang ada. Menurut Ghozali (2006: 41) kuesioner dikatakan reliabel apabila hasil uji statistik Alpha $\alpha > 0,60$. Untuk lebih jelas besarnya nilai alpha pada masing-masing variabel diperlihatkan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian (Alpha)

No	Variabel	Nilai α	Kriteria	Kesimpulan
1.	Kualitas SDM (X_1)	0,619	0,60	Reliabel
2.	Modal Usaha (X_2)	0,823	0,60	Reliabel
3.	Kualitas produk (X_3)	0,829	0,60	Reliabel
4.	Harga (X_4)	0,903	0,60	Reliabel
5.	Lokasi (X_5)	0,809	0,60	Reliabel
6.	Keberhasilan usaha (Y)	0,659	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah (2018)

Pada Tabel 4.3 uji reliabilitas terhadap 6 (enam) atribut pernyataan yang terlibat dalam masing-masing variabel kualitas SDM (X_1), Modal usaha(X_2), Kualitas produk (X_3), Harga (X_4), Lokasi (X_5) dan Keberhasilan usaha (Y) usaha bakso sebagaimana yang diperlihatkan pada tabel 4.3 diperoleh nilai alpha masing-masing sebesar 0,619, 0,823, 0,829, 0,903, 0,809 dan 0,659 dengan demikian nilai-nilai dari atribut yang terlibat dalam pengukuran variabel tersebut memenuhi kredibilitas *Cronbach's Alpha* karena nilai alpha melebihi dari kriteria yaitu 0,60.

4.3 Deskripsi Variabel

4.3.1 Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) (X_1)

Kualitas sumber daya manusia merujuk kepada kualitas intelektual (pengetahuan dan keterampilan) dan pendidikan. Adapun deskripsi hasil penelitian ini pada variabel kualitas sumber daya manusia (SDM) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Variabel Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)

Item Pertanyaan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Modus
Saya mempunyai kemampuan sesuai dengan kompetensi kerja saya.	12	16	2	0	0	4
Saya mampu melakukan pekerjaan karena sudah mempunyai pengalaman kerja.	13	14	3	0	0	4

Tabel 4.4 - Lanjutan

Item Pertanyaan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Modus
Saya memiliki keterampilan sesuai dengan tuntutan kerja.	16	9	5	0	0	5
Modus						4

Sumber: Data diolah (2018)

Pada Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa dari 30 responden yang diteliti, secara umum persepsi responden terhadap pernyataan pada variabel kualitas SDM dengan modus 4. Dimana ini berarti bahwa responden memiliki tanggapan “Baik” dan Setuju untuk tanggapan tentang pentingnya kualitas SDM terhadap keberhasilan usaha bakso di Kota Banda Aceh dan dalam Islam manusia yang memiliki kemampuan pengetahuan yang istimewa menempati kedudukan tertinggi di sisi Allah SWT. termasuk kualitas sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki.

4.3.2 Modal Usaha (X_2)

Modal usaha merujuk kepada modal sebagai syarat untuk usaha, besar modal, hambatan sumber modal, dan sumber modal dari luar. Adapun deskripsi hasil penelitian ini pada variabel modal usaha adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Variabel Modal Usaha

Item Pertanyaan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Modus
Saya menggunakan modal sendiri	12	10	8	0	0	5

Tabel 4.5 - Lanjutan

Item Pertanyaan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Modus
saat pertama memulai usaha bakso ini.						
bahwa dalam menjalankan usaha bakso, resiko yang tinggi akan memberikan hasil yang tinggi juga.	13	9	7	1	0	5
Saya memiliki hambatan dalam mencari modal awal disaat pertama kali membuka usaha bakso ini.	8	13	5	2	2	4
Saya menganggap pinjaman/kredit cara yang baik untuk modal memulai usaha.	11	7	4	4	4	5
Modus						5

Sumber: Data diolah (2018)

Pada Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa dari 30 responden yang diteliti, secara umum persepsi responden terhadap pernyataan pada variabel modal usaha dengan modus 5. Dimana ini berarti bahwa responden memiliki tanggapan “Sangat Baik” dan Sangat Setuju untuk tanggapan tentang pentingnya modal usaha terhadap keberhasilan usaha bakso di Kota Banda Aceh dan modal usaha yang dikeluarkan sendiri lebih terjamin kehalalannya dan tidak ada unsur riba apabila modal itu didapatkan secara baik, Islam juga

menganjurkan membayar zakat apabila telah mencapai nisab untuk meningkatkan pendapatan.

4.3.3 Kualitas Produk (X_3)

Kualitas produk merujuk kepada cita rasa produk, bahan baku, tingkat kebersihan dan variasi bahan baku produk. Adapun deskripsi hasil penelitian ini pada variabel kualitas produk adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Variabel Kualitas Produk

Item Pertanyaan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Modus
Produk bakso yang disajikan oleh usaha anda lebih enak dibandingkan dengan usaha bakso lainnya.	16	13	1	0	0	5
Produk bakso yang disajikan terbuat dari daging sapi dan ayam.	30	0	0	0	0	5
Dari penyajian produk, tingkat kebersihan sangat diperhatikan.	23	7	0	0	0	5
Banyak varian produk bakso yang disajikan didalam menu dan menarik untuk dicoba.	16	10	3	1	0	5
Tampilan produk yang disajikan sesuai	14	11	5	0	0	5

Tabel 4.6 - Lanjutan

Item Pertanyaan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Modus
dengan tampilan yang tertera pada menu.						
Selain bakso, dimenu juga tertera berbagai macam jenis minuman dan snack pelengkap	14	9	4	3	0	5
Modus						5

Sumber: Data diolah (2018)

Pada Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 30 responden yang diteliti, secara umum persepsi responden terhadap pernyataan pada variabel kualitas produk dengan modus 5. Dimana ini berarti bahwa responden memiliki tanggapan “Sangat Baik” dan Sangat Setuju untuk tanggapan tentang pentingnya kualitas produk terhadap keberhasilan usaha bakso di Kota Banda Aceh dan pernyataan untuk kualitas produk pada kuesioner ini sejalan dengan apa yang diterapkan dalam Islam bahwa dalam memproduksi suatu produk haruslah memperhatikan mutu dan kualitas dari produk tersebut. Dan juga daging yang digunakan dalam pembuatan bakso, halal untuk dikonsumsi, sehingga nantinya memberikan manfaat yang baik dan barokah bagi konsumen.

4.3.4 Harga (X₄)

Harga merujuk kepada keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing dan kesesuaian harga

dengan manfaat. Adapun deskripsi hasil penelitian ini pada variabel harga adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Variabel Harga

Item Pertanyaan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Modus
Harga produk yang ditetapkan oleh anda sesuai dengan rasa dan mutu dari produk.	7	13	9	1	0	4
Harga produk yang ditetapkan oleh usaha bakso anda terjangkau.	2	15	13	0	0	4
Dengan harga yang dibayarkan, konsumen memperoleh kenyamanan saat berkunjung ke tempat usaha bakso anda.	15	10	5	0	0	5
Modus						4

Sumber: Data diolah (2018)

Pada Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa dari 30 responden yang diteliti, secara umum persepsi responden terhadap pernyataan pada variabel harga dengan modus 4. Dimana ini berarti bahwa responden memiliki tanggapan “Baik” dan Setuju untuk tanggapan tentang pentingnya harga terhadap keberhasilan usaha bakso di Kota Banda Aceh dan pernyataan untuh harga pada kuesioner ini sejalan dengan yang diterapkan dalam Islam yaitu dalam penetapan

harga haruslah adil, sebab keadilan merupakan prinsip dalam semua transaksi syariah, maksud dari adil dalam penelitian ini yaitu, harga dari bakso sesuai dengan mutu dari bakso tersebut.

4.3.5 Lokasi (X_5)

Lokasi merujuk kepada keterjangkauan akses, visiabilitas dan lalu lintas. Adapun deskripsi hasil penelitian ini pada variabel lokasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Variabel Lokasi

Item Pertanyaan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Modus
Akses lokasi mudah dijangkau oleh konsumen.	3	15	8	1	0	4
Anda menyediakan tempat parkir kendaraan yang luas dan aman.	5	17	8	0	0	4
Lingkungan tempat lokasi usaha bakso anda mendukung berjalannya usaha anda ini.	0	13	16	1	0	3
Terdapat pesaing jenis usaha yang sama dilokasi tempat anda usaha.	1	16	11	2	0	4
Anda mematuhi peraturan dibuat oleh peraturan	1	24	5	0	0	4

Tabel 4.8 – Lanjutan

Item Pertanyaan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Modus
pemerintah dan peraturan ditempat lokasi usaha anda.						
Modus						4

Sumber: Data diolah (2018)

Pada Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 30 responden yang diteliti, secara umum persepsi responden terhadap pernyataan pada variabel lokasi dengan modus 4. Dimana ini berarti bahwa responden memiliki tanggapan “Baik” dan Setuju untuk tanggapan tentang pentingnya lokasi terhadap keberhasilan usaha bakso di Kota Banda Aceh dan pernyataan untuk lokasi pada kuesioner ini sejalan dengan apa yang diterapkan dalam Islam yaitu apabila seseorang berbuat kebaikan dan memberikan manfaat kepada orang lain maka ia akan mendapatkan pahala.

4.3.6 Keberhasilan Usaha (Y)

Keberhasilan usaha adalah kondisi dimana seorang wirausaha mencapai kepuasan dan laba, serta menghasilkan manfaat bagi para konsumen.

Tabel 4.9
Variabel Keberhasilan Usaha

Item Pertanyaan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Modus
Selama 2 tahun terakhir usaha bakso saya mengalami	6	22	2	0	0	4

Tabel 4.9 – Lanjutan

Item Pertanyaan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Modus
peningkatan dari sisi keuangan.						
Selama 2 tahun terakhir usaha bakso saya mengalami peningkatan jumlah produksi.	8	20	2	0	0	4
Selama 2 tahun terakhir usaha bakso saya mengalami peningkatan jumlah pelanggan.	9	18	3	0	0	4
Selama 2 tahun terakhir usaha bakso saya mengalami peningkatan jumlah karyawan.	5	11	5	7	2	4
Saya sudah memperluas tempat usaha bakso saya.	4	10	8	4	4	4
Saya juga melakukan promosi untuk usaha bakso saya diberbagai tempat.	5	6	7	12	0	2
Secara keseluruhan, selama 2 tahun terakhir usaha bakso saya mengalami perkembangan.	9	18	1	0	1	4
Modus						4

Sumber: Data diolah (2018)

Pada Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa dari 30 responden yang diteliti, secara umum persepsi responden terhadap pernyataan pada variabel keberhasilan usaha dengan modus 4. Dimana ini berarti bahwa responden memiliki tanggapan “Baik” dan Setuju untuk tanggapan tentang pentingnya keberhasilan usaha terhadap keberhasilan usaha bakso di Kota Banda Aceh dan pernyataan untuk keberhasilan usaha pada kuesioner ini sejalan dengan apa yang diterapkan dalam Islam yaitu dengan peningkatan jumlah pelanggan dan jumlah produksi ini berarti seorang wirausaha muslim selalu menjaga dan memelihara amanat dan janji yang ia terapkan dari awal usaha sampai akhirnya usahanya dapat berhasil.

4.4. Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengujinya dapat digunakan model *Kolmogorov-Smirnov Test* yaitu jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data residual terdistribusi normal dan jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data residual tidak terdistribusi normal (Sugiyono, 2014: 275). Hasil pengujian normalitas data dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,18090821
Most Extreme Differences	Absolute	,110
	Positive	,066
	Negative	-,110
Kolmogorov-Smirnov Z		,603
Asymp. Sig. (2-tailed)		,860

Sumber: Data diolah (2018)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 4.10 diatas menggunakan metode *one sampel kolmogorov smirnov* menunjukkan bahwa nilai dari residual dari variabel independen dan variabel dependen pada jumlah sampel (N) sebesar 30 adalah 0,860. Berarti dalam penelitian ini, berdistribusi normal karena nilai residualnya lebih besar dari signifikansi 0,05 atau $0,860 > 0,05$, sehingga model regresi dapat digunakan untuk pengujian hipotesis.

4.4.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas

(Ghozali, 2001: 57). Berikut ini merupakan hasil uji statistik dengan SPSS 20.

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinieritas

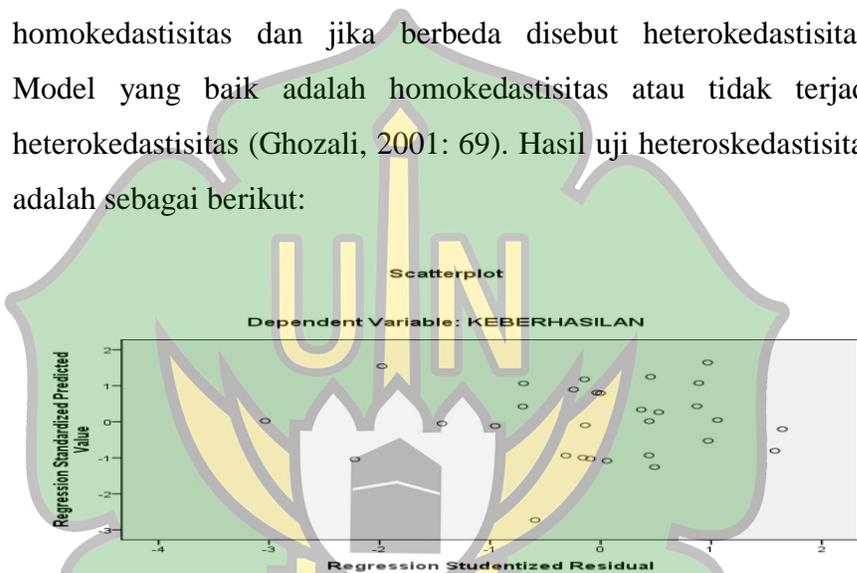
Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Kualitas SDM (X_1)	0,393	2,543
Modal Usaha (X_2)	0,377	2,651
Kualitas produk (X_3)	0,624	1,602
Harga (X_4)	0,445	2,247
Lokasi (X_5)	0,908	1,101

Sumber: Data diolah (2018)

Sesuai dengan ketentuan uji multikolinieritas, jika nilai VIF 10 maka tidak terjadi korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat. Berdasarkan tabel uji statistik dapat dilihat bahwa nilai VIF dan nilai tolerance masing-masing variabel yaitu untuk model kualitas SDM (X_1) nilai VIF sebesar $2,543 < 10$ dan nilai *tolerance* $0,393 > 0,1$, untuk variabel model modal usaha (X_2) nilai VIF sebesar $2,651 < 10$ dan nilai *tolerance* $0,377 > 0,1$, untuk variabel model kualitas produk (X_3) nilai VIF sebesar $1,602 < 10$ dan nilai *tolerance* $0,624 > 0,1$, untuk variabel model harga (X_4) nilai VIF sebesar $2,247 < 10$ dan nilai *tolerance* $0,445 > 0,1$ dan untuk variabel model lokasi (X_5) nilai VIF sebesar $1,101 < 10$ dan nilai *tolerance* $0,908 > 0,1$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas dalam penelitian ini.

4.4.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2001: 69). Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:



Sumber: Data diolah (2018)

Gambar 4.1
Hasil Uji Heterokedastisitas

Dari Gambar 4.1 scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi pengaruh faktor kualitas SDM, modal usaha, kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keberhasilan usaha.

4.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda. Teknik analisis regresi linier berganda adalah regresi linier untuk menganalisis besarnya hubungan dan pengaruh variabel *independen* yang jumlahnya lebih dari dua (Suharyadi dan Purwanto, 2004: 508). Dengan menggunakan *SPSS versi 20.0 for windows*, dengan formula sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan :

- Y : variabel keberhasilan usaha
- a : bilangan konstanta
- b₁ : koefisien regresi variabel kualitas SDM
- X₁ : variabel kualitas SDM
- b₂ : koefisien regresi variabel modal usaha
- X₂ : variabel modal usaha
- b₃ : koefisien regresi variabel kualitas produk
- X₃ : variabel kualitas produk
- b₄ : koefisien regresi variabel harga
- X₄ : variabel harga
- b₅ : koefisien regresi variabel lokasi
- X₅ : variabel lokasi
- e : error

Tabel 4.12
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0,159	0,428		0,372	0,713
Kualitas SDM (X ₁)	0,275	0,113	0,290	2,424	0,023
Modal Usaha (X ₂)	0,235	0,107	0,267	2,190	0,038
Kualitas Produk (X ₃)	0,241	0,087	0,264	2,786	0,010
Harga (X ₄)	0,232	0,091	0,288	2,566	0,017
Lokasi (X ₅)	0,012	0,096	0,010	0,128	0,899

Sumber: Data diolah (2018)

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada Tabel 4.12 di atas diperoleh koefisien untuk model variabel kualitas SDM (X₁) adalah 0,275, modal usaha (X₂) adalah 0,235, kualitas produk (X₃) adalah 0,241, harga (X₄) adalah 0,232 dan lokasi (X₅) adalah 0,012, dan konstanta sebesar 0,159 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 0,159 + 0,275X_1 + 0,235X_2 + 0,241X_3 + 0,232X_4 + 0,012X_5 + e$$

Model persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 0,159 menyatakan bahwa jika tidak ada kenaikan nilai dari model variabel kualitas SDM (X_1), modal usaha (X_2), kualitas produk (X_3), harga (X_4), dan lokasi (X_5) maka nilai variabel keberhasilan usaha (Y) adalah 0,159.
- b. Koefisien b_1 sebesar 0,275 artinya variabel kualitas SDM (X_1) mempunyai koefisien regresi yang positif terhadap keberhasilan usaha (Y). Artinya apabila variabel bebas lainnya tetap, maka setiap kenaikan satu nilai akan menaikkan nilai keberhasilan usaha (Y) sebesar 0,275.
- c. Koefisien b_2 sebesar 0,235 artinya variabel modal usaha (X_2) mempunyai koefisien regresi yang positif terhadap keberhasilan usaha (Y). Artinya apabila variabel bebas lainnya tetap, maka setiap kenaikan satu nilai akan menaikkan nilai keberhasilan usaha (Y) sebesar 0,235.
- d. Koefisien b_3 sebesar 0,241 artinya variabel kualitas produk (X_3) mempunyai koefisien regresi yang positif terhadap keberhasilan usaha (Y). Artinya apabila variabel bebas lainnya tetap, maka setiap kenaikan satu nilai akan menaikkan nilai keberhasilan usaha (Y) sebesar 0,241.
- e. Koefisien b_4 sebesar 0,232 artinya variabel harga (X_4) mempunyai koefisien regresi yang positif terhadap keberhasilan usaha (Y). Artinya apabila variabel bebas lainnya tetap, maka setiap kenaikan satu nilai akan menaikkan keberhasilan usaha (Y) sebesar 0,232.

- f. Koefisien b_5 sebesar 0,012 artinya variabel lokasi (X_5) mempunyai koefisien regresi yang positif terhadap keberhasilan usaha (Y). Artinya apabila variabel bebas lainnya tetap, maka setiap kenaikan satu nilai akan menaikkan keberhasilan usaha (Y) sebesar 0,012.

4.6 Pengujian Hipotesis

4.6.1 Uji Simultan (uji-F)

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yaitu faktor kualitas SDM, modal, kualitas produk, harga dan lokasi mempunyai pengaruh terhadap keberhasilan usaha. Pada penelitian ini uji F dilakukan dengan bantuan SPSS 20 dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ atau 0,05. Jadi taraf signifikan sebesar 0,05, $df_1 (N_1) = k-1 = 5-1 = 4$ dan $df_2 (N_2) = n-k = 30-4 = 26$, dimana k adalah jumlah variabel bebas dan n adalah banyaknya jumlah sampel, maka dapat ditentukan F tabel pada penelitian ini sebesar 2,74. Seperti terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.13

Hasil Uji Simultan (uji-F)

Model	Sum Of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	6,101	5	1,220	30,857	0,000 ^a
Residual	0,949	24	0,040		
Total	7,050	29			

Sumber: Data diolah (2018)

Pengujian di atas dilakukan dengan Anova yang membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} pada Tabel 4.13 menunjukkan F_{hitung} sebesar 30,857, sedangkan F_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,000 $\alpha = 0,05$ adalah sebesar 2,74. Dari perhitungan tersebut memperlihatkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($30,857 > 2,74$), sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terima H_a (*Hipotesis alternative*) dan menolak H_o (Hipotesis nol), artinya bahwa variabel kualitas SDM (X_1), modal usaha (X_2), kualitas produk (X_3), harga (X_4) dan lokasi (X_5) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha bakso.

Dengan demikian terbukti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas SDM (X_1), modal usaha (X_2), kualitas produk (X_3), harga (X_4) dan lokasi (X_5) terhadap keberhasilan usaha bakso di Kota Banda Aceh, dengan demikian hipotesis alternatif (H_a) yang diajukan diterima dan menolak hipotesis nol (H_o), karena diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, dengan tingkat probabilitas *Sig* (0,000).

4.6.2 Uji Parsial (uji-t)

Uji parsial digunakan untuk menguji kemaknaan parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ atau 0,05. Jadi taraf signifikan 0,05, $df = n - k = 30 - 5 = 25$, dimana k jumlah variabel bebas dan n adalah banyaknya jumlah sampel, serta

dengan menggunakan uji dua arah maka dapat ditentukan t_{tabel} pada penelitian ini sebesar 1,708. Seperti terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji Parsial (uji-t)

No	Variabel Independen	T	Sig
1.	Kualitas SDM (X_1)	2,424	0,023
2.	Modal Usaha (X_2)	2,190	0,038
3.	Kualitas Produk (X_3)	2,786	0,010
4.	Harga (X_4)	2,566	0,017
5.	Lokasi (X_5)	0,128	0,899

Sumber: Data diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 4.14 di atas memperlihatkan bahwa faktor kualitas SDM, modal usaha, kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha secara parsial. Namun untuk variabel lokasi hanya berpengaruh positif saja tetapi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha, berikut penjelasannya antara lain:

1. Variabel kualitas SDM

Hasil penelitian terhadap variabel kualitas SDM (X_1) diperoleh t_{hitung} (2,424) dan t_{tabel} (1,708). Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ dengan signifikansi sebesar 0,023, atau probabilitas di bawah $\alpha = 0,05$. Dengan demikian hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas SDM berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha bakso di Kota Banda Aceh.

2. Variabel modal usaha

Hasil penelitian terhadap variabel kualitas modal usaha (X_2) diperoleh t_{hitung} (2,190) dan t_{tabel} (1,708). Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan signifikansi sebesar 0,038, atau probabilitas di bawah $\alpha = 0,05$. Dengan demikian hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa secara parsial variabel modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha bakso di Kota Banda Aceh.

3. Variabel Kualitas produk

Hasil penelitian terhadap variabel kualitas produk (X_3) diperoleh t_{hitung} (2,786) dan t_{tabel} (1,708). Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan signifikansi sebesar 0,010, atau probabilitas di bawah $\alpha = 0,05$. Dengan demikian hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha bakso di Kota Banda Aceh.

4. Variabel Harga

Hasil penelitian terhadap variabel harga (X_4) diperoleh t_{hitung} (2,566) dan t_{tabel} (1,708). Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan signifikansi sebesar 0,017, atau probabilitas di bawah $\alpha = 0,05$. Dengan demikian hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha bakso di Kota Banda Aceh.

5. Variabel lokasi

Hasil penelitian terhadap variabel lokasi (X_5) diperoleh t_{hitung} (0,128) dan t_{tabel} (1,708). Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan signifikansi sebesar 0,899, atau probabilitas di atas $\alpha = 0,05$. Dengan demikian hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa secara parsial variabel lokasi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha bakso di Kota Banda Aceh.

Jadi dalam penelitian ini menurut jawaban pernyataan responden yang diolah dalam pengujian *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) 20 pada komputer, dari beberapa faktor keberhasilan usaha yang dijadikan variabel dalam penelitian ini diperoleh jawaban variabel yang paling berpengaruh dalam menunjang keberhasilan usaha bakso di Kota Banda Aceh adalah variabel kualitas produk. Dikarenakan tingkat signifikansi pada uji-t dalam variabel kualitas produk yang terkecil diantara semua variabel yaitu sebesar 0,010 atau probabilitas dibawah $\alpha = 0,05$ dan juga menghasilkan nilai terbanyak pada hasil uji t_{hitung} yaitu sebesar $2,786 > t_{tabel}$ yaitu sebesar 1,708.

4.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi digunakan untuk mengukur besarnya persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil R^2 dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,930 ^a	0,865	0,837	0,19886

Sumber: Data diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 4.15 di atas diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,837. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas SDM, modal usaha, kualitas produk, harga dan lokasi dipengaruhi oleh keberhasilan usaha yaitu sebesar 83,7% sedangkan sisanya sebesar 16,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

4.7.1 Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) Terhadap Keberhasilan Usaha

Secara individual hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai variabel Kualitas SDM (X_1) *t* hitung sebesar 2,424 (*t* hitung 2,424 yang lebih besar dari *t* tabel sebesar 1,708) dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,023 (signifikansi sebesar 0,023 lebih kecil dari 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas SDM berpengaruh dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Selain itu pada variabel kualitas SDM diperoleh nilai koefisien regresi variabel kualitas SDM sebesar 0,275 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ini memiliki hubungan yang positif terhadap keberhasilan usaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan

penelitian yang dilakukan oleh Lies Indriyatni (2013) yang menunjukkan bahwa kemampuan/skill secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas SDM mempengaruhi keberhasilan suatu usaha. Islam menghendaki manusia berada pada tatanan tertinggi. Oleh karena itu, manusia di karuniai dengan akal, perasaan dan tubuh yang sempurna. Kesempurnaan demikian dimaksudkan agar manusia sebagai individu dapat mengembangkan diri dan menjadi anggota masyarakat yang berdaya guna sehingga dapat mengembangkan seluruh potensi sumber daya yang dimilikinya (Haluty, 2014).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuji oleh penulis dan setelah melakukan perbandingan dengan penelitian sebelumnya yang relevan. Dalam hal ini berdasarkan data dapat disimpulkan bahwa kualitas SDM menjadi salah satu pertimbangan penting bagi pelaku usaha, semakin baik kualitas SDM maka semakin besar mendapatkan keberhasilan dalam usahanya, dan kualitas SDM yang dijalankan harus dikelola dengan baik dan sesuai dengan nilai-nilai Islam agar maksimal dalam mencapai keberhasilan usaha.

4.7.2 Pengaruh Modal Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha

Secara individual hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai variabel modal usaha (X_2) t hitung sebesar 2,190 (t hitung 2,190 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,708) dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,038 (signifikansi sebesar 0,038

lebih kecil dari 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel modal usaha berpengaruh dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Selain itu pada variabel modal usaha diperoleh nilai koefisien regresi variabel modal usaha sebesar 0,235 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ini memiliki hubungan yang positif terhadap keberhasilan usaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurhadi (2016) yang menunjukkan bahwa modal usaha secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pedagang, artinya ketika modal usaha pedagang kuat, maka keberhasilan usaha mereka akan semakin baik. Namun perlu dipahami bahwa uang dalam sebuah usaha sangat diperlukan. Yang menjadi persoalan disini bukanlah penting tidaknya modal, karena keberadaannya memang sangat diperlukan, akan tetapi bagaimana mengelola modal secara optimal sehingga bisnis yang dijalankan dapat berjalan dengan lancar (Amirullah, 2005: 7).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuji oleh penulis dan setelah melakukan perbandingan dengan penelitian sebelumnya yang relevan. Dalam hal ini berdasarkan data dapat disimpulkan bahwa modal usaha menjadi salah satu pertimbangan penting bagi pelaku usaha, semakin besar modal usaha maka semakin besar mendapatkan keberhasilan dalam usahanya, dan modal usaha yang dikeluarkan harus dikelola dengan baik dan sesuai dengan nilai-nilai Islam agar maksimal dalam mencapai keberhasilan usaha.

4.7.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keberhasilan Usaha

Secara individual hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai variabel Kualitas produk (X_3) t hitung sebesar 2,786 (t hitung 2,786 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,708) dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,010 (signifikansi sebesar 0,010 lebih kecil dari 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Selain itu pada variabel kualitas produk diperoleh nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,241 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ini memiliki hubungan yang positif terhadap keberhasilan usaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wanda, Altje dan Yunita (2018) dalam penelitiannya menemukan bahwa faktor produk terlihat pada mutu, kualitas, manfaat, desain dan siklus kehidupan produk tersebut. Dan karena inilah produk berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha dalam penelitian ini. Faktor ketiga yang mempengaruhi keberhasilan usaha bakso adalah kualitas produk. Dalam hal ini kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan suatu produk, keandalan, kemudahan, dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai-nilai yang lainnya (Kotler dan Armstrong, 2006: 299).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuji oleh penulis dan setelah melakukan perbandingan dengan penelitian sebelumnya yang relevan. Dalam hal ini berdasarkan data dapat disimpulkan

bahwa kualitas produk menjadi salah satu pertimbangan penting bagi pelaku usaha, semakin baik kualitas suatu produk maka semakin besar mendapatkan keberhasilan dalam usahanya, dan kualitas produk yang dijalankan harus dikelola dengan baik dan sesuai dengan nilai-nilai Islam agar maksimal dalam mencapai keberhasilan usaha.

4.7.4 Pengaruh Harga Terhadap Keberhasilan Usaha

Secara individual hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai variabel harga (X_4) t hitung sebesar 2,566 (t hitung 2,566 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,708) dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,017 (signifikansi sebesar 0,017 lebih kecil dari 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Selain itu pada variabel harga diperoleh nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,232 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ini memiliki hubungan yang positif terhadap keberhasilan usaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muspita (2018) yang mana variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Salah satu faktor yang mempengaruhi harga yaitu apabila biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab atau tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian. Sebaliknya, apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya, baik biaya produksi, biaya operasi maupun biaya non operasi, akan menghasilkan keuntungan (Fandi Tjiptono, 2003: 242).

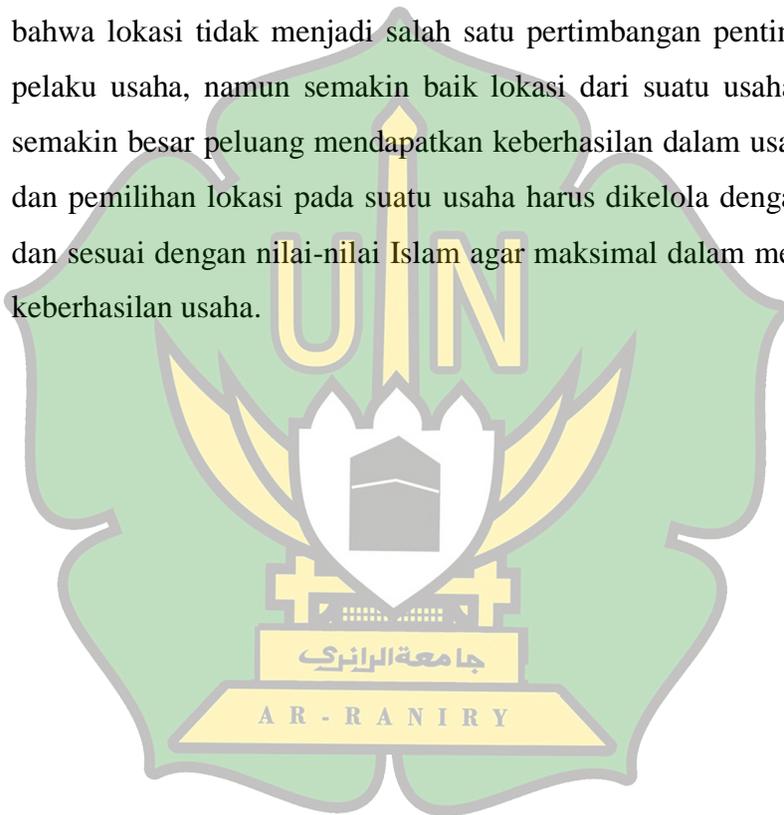
Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuji oleh penulis dan setelah melakukan perbandingan dengan penelitian sebelumnya yang relevan. Dalam hal ini berdasarkan data dapat disimpulkan bahwa harga menjadi salah satu pertimbangan penting bagi pelaku usaha, semakin baik keuntungan/penetapan harga dari suatu produk maka semakin besar peluang mendapatkan keberhasilan dalam usahanya, dan penetapan harga pada suatu produk harus dikelola dengan baik dan sesuai dengan nilai-nilai Islam agar maksimal dalam mencapai keberhasilan usaha.

4.7.5 Pengaruh Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha

Secara individual hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai variabel lokasi (X_5) t hitung sebesar 0,128 (t hitung 0,128 yang lebih kecil dari t tabel sebesar 1,708) dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,899 (signifikansi sebesar 0,899 lebih besar dari 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif yang tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha. Selain itu pada variabel lokasi diperoleh nilai koefisien regresi variabel lokasi sebesar 0,012 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ini memiliki hubungan yang positif yang tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iksyaniyah dan Soesatyo (2015) dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel lokasi usaha terdapat pengaruh positif yang tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha. Pengaruh lokasi usaha pada keberhasilan usaha salah satu hal yang harus diperhatikan oleh pengusaha adalah lokasi usaha, sebab salah

memilih lokasi usaha akan mengakibatkan suatu kerugian bagi pengusaha (Murti dan Suprihanto, 1998: 67).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuji oleh penulis dan setelah melakukan perbandingan dengan penelitian sebelumnya yang relevan. Dalam hal ini berdasarkan data dapat disimpulkan bahwa lokasi tidak menjadi salah satu pertimbangan penting bagi pelaku usaha, namun semakin baik lokasi dari suatu usaha maka semakin besar peluang mendapatkan keberhasilan dalam usahanya, dan pemilihan lokasi pada suatu usaha harus dikelola dengan baik dan sesuai dengan nilai-nilai Islam agar maksimal dalam mencapai keberhasilan usaha.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang analisis keberhasilan wirausaha ditinjau menurut perspektif ekonomi Islam (studi kasus pada usaha bakso di Kota Banda Aceh), maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda melalui uji F variabel kualitas SDM, modal usaha, kualitas produk, harga dan lokasi secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha bakso di Kota Banda Aceh. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini secara bersama-sama saling berhubungan dalam mempengaruhi keberhasilan usaha bakso di Kota Banda Aceh.
2. Berdasarkan hasil uji linier berganda melalui uji t untuk variabel yaitu kualitas SDM, modal usaha, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha bakso di Kota Banda Aceh, sedangkan untuk variabel lokasi dalam penelitian ini melalui uji-t mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha bakso. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas SDM, modal usaha, kualitas produk, harga dan lokasi merupakan faktor penting dalam menunjang keberhasilan usaha bakso, namun untuk variabel

lokasi dalam penelitian ini tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha bakso. Jadi dalam penelitian ini, variabel yang paling berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha bakso di Kota Banda Aceh ialah variabel kualitas produk.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya peneliti memilih variabel-variabel selain dari penelitian ini. Supaya nantinya dapat menambah informasi dan ilmu bagi yang membacanya dan peneliti selanjutnya, dikarenakan masih banyak variabel-variabel yang harus diteliti.
2. Sebaiknya semua pedagang dari usaha bakso di Kota Banda Aceh dapat mempertahankan prinsip-prinsip Islam yang telah diterapkan dan juga dalam menjalankan usaha dapat menerapkan peraturan-peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran dan Terjemahannya

- Afif, M. (2016). Kewirausahaan Ditinjau dari Perspektif Islam. *Jurnal Rasail*. 3 (1).
- Ahmad, K. (2004). Dasar-Dasar Manajemen Investasi dan Portofolio. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ahmad, M. (2006). *Etika Bisnis dalam Islam*, penerjemah Samson Rahman judul asli *Business Ethics in Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Achmad, S. Y. dan Suharyono dan Yusri, A. (2016). Pengaruh kualitas produk dan kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 35 (2).
- Akbar, P. A. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Pada Dealer Sepeda Motor Honda di Kota Banjarnegara). *Skripsi*. Tidak diterbitkan.
- Alma, B. (2003). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Alma. (2002). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amalia, I dan Herianingrum, S. (2015). Implementasi Nilai Tabligh pada Tenaga Pengajar dalam Proses Belajar Mengajar di Madrasah Aliyah Negeri Mojokerto. *Jurnal Ekonomi Syariah*. 2 (10).

- Amirullah dan Hardjanto. (2005). *Pengantar Bisnis*. Edisi 1. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Aprijon. (2013). Kewirausahaan dalam Pandangan Islam. *Jurnal Kewirausahaan*. 12 (1).
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi VI. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ar-Rifai', M. N. (1999). *Kemudahan dari Allah Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir, Jilid I*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Arumsari, D. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua (Studi Pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah). *Skripsi*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro: Semarang.
- As'ad, M. (2002). *Psikologi industry*. Yogyakarta: LIBERTY.
- Basrowi. (2011). *Kewirausahaan untuk Perguruan Tinggi*. Bogor: Ghalian Indonesia.
- Basu Swastha & Irawan (2005). *Asas-Asas Marketing*. Yogyakarta: LIBERTY.
- Budiati, Y et al. (2012). Minat Mahasiswa menjadi Wirausaha (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Semarang). *Jurnal Dinamika Sosbud*. 14 (1).
- Danim, S. (1996). *Transformasi Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Departemen Agama RI. (2008). *Panduan Sertifikasi Halal*. Jakarta: Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji.
- Effendi, R. (2003). *Produksi dalam Islam*. Yogyakarta: Magistra Insania Press.
- Effika, A. N. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kesuksesan Bisnis R.M Ayam Bakar Wong Solo di Makassar. *Skripsi*. UIN Alauddin Makassar.
- Erliah. (2007). Pengaruh Persaingan, Promosi, dan Keunikan Produk Terhadap Keberhasilan Usaha. *Skripsi*. Tidak diterbitkan.
- Frinces, Z. H. (2004). *Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis*. Darussalam. Yogyakarta.
- Ghozali, I. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi kedua. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Bada Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Hafidhuddin, D. (2003). *Islam Aplikatif*. Jakarta: Gema Insani.
- Haluty, D. (2014). Islam dan Manajemen Sumber Daya Manusia yang Berkualitas. *Jurnal Artikel*. 10 (1).

- Hasan, A. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Marketing*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hasibuan, M. S. P. (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hutapea, P dan Nurianna, T. (2008). *Kompetensi Komunikasi Plus: Teori, Desain, Kasus dan Penerapan untuk HR dan Organisasi yang Dinamis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Idri. (2015). *HADIS EKONOMI : Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*. Edisi Pertama. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Iksyaniyah, N dan Soesatyo, Y. (2015). Pengaruh Lokasi Usah Terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Kaki Lima di Pasar Baru Krian Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 3 (3).
- Kasmir, J. (2009). *Studi Kelayakan Bisnis*, Cetakan Kedua, Edisi Ke-6. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kembaren, E. (2009). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Melakukan Pembelian Kentucky Fried Chicken Pada KFC Jalan Gajah Mada Medan. *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara: Medan.
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Jilid I)*. Terj. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P dan Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Kevin, L, K. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Jilid II)*. Terj. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium diterjemahkan Benyamin Molan. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Mangunhardjana. (2003). *Komunikasi Interpersonal & Intrapersonal*. Yogyakarta: Kanisius.
- Marzuki. (2005). *Metodologi Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Ekosiana.
- Masykuri, A. (2014). Analisis Perilaku Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Pengrajin Songkok di Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 2(3).
- Matindas, R. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia; Lewat Konsep AKU (ambisi, kenyataan dan usaha)*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Meredith, G. G. (2005). *The Practice Of Entrepreneurship*. Geneva: International Labor Organization.
- Mujahidin, A. (2005). Etika Bisnis dalam Islam (Analisis Terhadap Aspek Moralitas Pelaku Bisnis). *Jurnal Hukum Islam*. 4 (2).
- Muspita, A. B. (2018). Pengaruh Adopsi Inovasi Dan Harga Produk Terhadap Keberhasilan Usaha *Online Shop* Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi*. UIN Raden Intan Lampung.

- Noor, H. F. (2007). Motivasi dan Kemampuan Usaha dalam Meningkatkan Usaha Industry Kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 2 (2).
- Noor, H. F. (2007). *Ekonomi manajerial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nugraha, A. L. (2011). *Pengaruh Modal Usaha*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Pareno. (2001). “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Wirausaha Muslim Jawa Timur dalam Perspektif Pendidikan Nilai”. *Skripsi*. Tidak diterbitkan. Program Pascasarjana Program Studi Pendidikan Ekonomi. Universitas Negeri Malang. Press.
- Purnama, N. (2006). *Manajemen Kualitas*. Edisi Pertama, Cetakan Pertama: Penerbit Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII. Yogyakarta.
- Purwanti, E. (2012). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Jurnal Ilmiah Among Makarti*. 5 (9).
- Putri, Kartika. A Dkk. R A (2014). Y Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Modal Usaha dan Peran Business Development Service Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Pada Sentra Industri Kerupuk Desa Kedungrejo Sidoarjo Jawa Timur). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. 3 (4).
- Qardhawi, Y. (1999). *Norma dan Etika Bisnis Islam*, Alih Bahasa Zainal Arifin. Jakarta: Gema Insani.

- Qardhawi, Y. (2004). *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam, Cetakan Keempat, Hadis Nomor 1314, Bab Al-Buyuu'*. Jakarta: Robbani Press.
- Rahardjo, M. D. (2010). *Intelektual, Intelegasi dan Perilaku Politik dan Bangsa*. Bandung: Mizan.
- Riyanti, B. P. D. (2003). *Kewirausahaan Dari Sudut Pandang. Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia (Grasindo).
- Riyanto, B. (2010). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Edisi 4. Yogyakarta: BPFE.
- Riyanto. B. (2007). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Santoso, S. (2000). *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Sjabadhyni, B. (2001). *Pengembangan Kualitas Sumber Daya Manusia dari Perspektif Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Penerbit Bagian PIO Fakultas Psikologi UI.
- Sofyan, R. (2011). *Bisnis Syariah Mengapa Tidak ?*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2009). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyadi dan Purwanto, S. K. (2004). *Statistika Dasar*. Jakarta: Salemba Empat.

- Sula, M. S dan katarjaya, H. (2008). *Syariah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Sula, M. S dan Kertajaya, H. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Suryana. (2003). *Kewirausahaan, Pedoman Praktis : Kiat Dan Proses Menuju Sukses*. Edisi 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryana. (2006). *Kewirausahaan, Pedoman dan Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryana. (2009). *Kewirausahaan, Pedoman Praktis : Kiat Dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryana. (2011). *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suwarman, U. (2004). *Perilaku konsumen teori dan penerapannya Dalam pemasaran*. Bogor: PT Ghalia Indonesia.
- Swastha, B. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Jakarta: Liberty.
- Syari, M. Z. (2010). Pengaruh Etos Kerja dan Budaya Kerja Islam terhadap Produktivitas Kerja Karyawan (Studi pada KJKS/UJKS Wilayah Kabupaten Pati). *Skripsi*. Tidak diterbitkan. Sarjana Strata 1 (S1) Program Studi Ilmu Syari'ah. Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Tasmara, T. (2001). *Kecerdasan Ruhaniah (Transcendental Intelligence)*. Jakarta: Gema Insani
- Tasmara, T. (2002). *Etos Kerja Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.

- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandi. (2003). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. (2012). *Strategi Pemasaran*. Edisi Tiga. Yogyakarta: Andi.
- Tuskeroh. (2013). Pengaruh Motivasi dan Mental Berwirausaha pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Maritim Raja Ali Haji. *Jurnal Akuntansi*. 3.
- Usman, H. (2011). *Manajemen, Teori, Praktik dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Winardi. (2003). *Entrepreneur & entrepreneurship*. Jakarta: Kencana.
- Wiryasaputra, T. S. (2004). *Entrepreneur: Anda Merdeka Jadi Bos*. Jakarta: Tridharma Manunggal.
- Yusanto, M. I dan Widjajakusuma, M. K. (2002). *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Zimmerer, T. W dan Scarborough, N. M. (2004). *Essentials Of Entrepreneurship And Small Business Management*. 4rd Edition. New Jersey: Prentice Hall International.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I: Kuesioner Penelitian

ANALISIS KEBERHASILAN WIRAUSAHA DITINJAU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada Usaha Bakso Di Kota Banda Aceh)

Responden Yang Terhormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi yang menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-raniry, maka saya mohon kesediaan saudara untuk menjawab beberapa pertanyaan pada kuesioner berikut ini.

Kuesioner ini bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai Analisis Keberhasilan Wirausaha Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Usaha Bakso Di Kota Banda Aceh). Jawaban saudara akan saya jaga kerahasiaannya sesuai dengan kode etik penelitian.

Saya ucapkan terima kasih atas kesediaan saudara dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Hormat Saya,

Nora Fiona

**ANALISIS KEBERHASILAN WIRAUSAHA
DITINJAU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus Pada Usaha Bakso Di Kota Banda Aceh)**

A. Identitas Responden

1. Nama Responden : _____
2. Usia : 20-30 Tahun
 31-40 Tahun
 > 40 Tahun
3. Pendidikan Akhir : SD SMP
 SMA S1
4. Jenis Kelamin : Laki-Laki
 Perempuan
5. Nama Usaha Bakso : _____
6. Lama Mendirikan Usaha : 2 Tahun
 3 Tahun
 > 3 Tahun
7. Jumlah Karyawan : < 5 Orang
 5-10 Orang
 > 10

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Keterangan:

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. KS : Kurang Setuju
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

1. Variabel Kualitas Sumber Daya Manusia SDM (X_1)

No	Pernyataan	SS (1)	S (2)	KS (3)	TS (4)	STS (5)
1.	Saya mempunyai kemampuan sesuai dengan kompetensi kerja saya.					
2.	Saya mampu melakukan pekerjaan karena sudah mempunyai pengalaman kerja.					
3.	Saya memiliki keterampilan sesuai dengan tuntutan kerja.					

2. Variabel Modal Usaha (X_2)

No	Pernyataan	SS (1)	S (2)	KS (3)	TS (4)	STS (5)
1.	Saya menggunakan modal sendiri saat pertama memulai usaha bakso ini.					
2.	Saya menyadari bahwa dalam menjalankan usaha bakso, resiko yang tinggi akan memberikan hasil yang tinggi juga.					
3.	Saya memiliki hambatan dalam mencari modal awal disaat pertama kali membuka usaha bakso ini.					
4.	Saya menganggap pinjaman/kredit cara yang baik untuk modal memulai usaha.					

3. Variabel Kualitas Produk (X₃)

No	Pernyataan	SS (1)	S (2)	KS (3)	TS (4)	STS (5)
1.	Produk bakso yang disajikan oleh usaha anda lebih enak dibandingkan dengan usaha bakso lainnya.					
2.	Produk bakso yang disajikan terbuat dari daging sapi.					
3.	Dari penyajian produk, tingkat kebersihan sangat diperhatikan.					
4.	Banyak varian produk bakso yang disajikan didalam menu dan menarik untuk dicoba.					
5.	Tampilan produk yang disajikan sesuai dengan tampilan yang tertera pada menu.					
6.	Selain bakso, dimenu juga tertera berbagai macam jenis minuman dan snack pelengkap.					

4. Variabel Harga (X₄)

No	Pernyataan	SS (1)	S (2)	KS (3)	TS (4)	STS (5)
1.	Harga produk yang ditetapkan oleh anda sesuai dengan rasa dan mutu dari produk.					
2.	Harga produk yang ditetapkan oleh usaha bakso anda terjangkau.					
3.	Dengan harga yang dibayarkan, konsumen					

	memperoleh kenyamanan saat berkunjung ke tempat usaha bakso anda.					
--	---	--	--	--	--	--

5. Lokasi Usaha (X₅)

No	Pernyataan	SS (1)	S (2)	KS (3)	TS (4)	STS (5)
1.	Akses lokasi mudah dijangkau oleh konsumen.					
2.	Anda menyediakan tempat parkir kendaraan yang luas dan aman.					
3.	Lingkungan tempat lokasi usaha bakso anda mendukung berjalannya usaha anda ini.					
4.	Terdapat pesaing jenis usaha yang sama dilokasi tempat anda usaha.					
5.	Anda membuka usaha bakso ini dengan mempertimbangkan peraturan yang telah dibuat (peraturan pemerintah dan peraturan ditempat lokasi usaha anda).					

6. Keberhasilan Usaha (Y)

No	Pernyataan	SS (1)	S (2)	KS (3)	TS (4)	STS (5)
1.	Selama 2 tahun terakhir usaha bakso saya mengalami peningkatan dari sisi keuangan.					
2.	Selama 2 tahun terakhir usaha					

	bakso saya mengalami peningkatan jumlah produksi.					
3.	Selama 2 tahun terakhir usaha bakso saya mengalami peningkatan jumlah pelanggan.					
4.	Selama 2 tahun terakhir usaha bakso saya mengalami peningkatan jumlah karyawan.					
5.	Saya sudah memperluas tempat usaha bakso saya.					
6.	Saya juga melakukan promosi untuk usaha bakso saya diberbagai tempat.					
7.	Secara keseluruhan, selama 2 tahun terakhir usaha bakso saya mengalami perkembangan.					



Lampiran 2 Data Jawaban Responden

Data Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Kualitas SDM				
No	X1.1	X1.2	X1.3	Modus
1.	5	4	5	5
2.	5	4	5	5
3.	5	5	5	5
4.	4	5	4	4
5.	4	4	3	4
6.	4	5	4	4
7.	5	5	4	5
8.	5	3	3	3
9.	4	4	4	4
10.	5	4	5	5
11.	4	5	5	5
12.	4	4	5	4
13.	4	4	5	4
14.	4	5	3	5
15.	4	4	5	4
16.	5	4	5	5
17.	5	3	3	3
18.	3	5	5	5
19.	4	4	4	4
20.	4	4	4	4
21.	5	5	4	5
22.	4	5	5	5
23.	5	4	5	5
24.	5	5	5	5
25.	4	4	4	4
26.	4	3	3	3
27.	4	5	5	5
28.	4	4	4	4
29.	3	5	5	5
30.	5	5	5	5

Data Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Modal Usaha					
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Modus
1.	4	5	4	5	5
2.	5	5	4	3	5
3.	3	3	4	5	3
4.	5	5	4	5	5
5.	5	5	5	4	5
6.	3	3	5	5	5
7.	4	4	4	5	4
8.	3	3	3	5	3
9.	4	4	4	4	4
10.	3	5	3	3	3
11.	4	5	5	2	5
12.	4	3	5	2	5
13.	5	4	4	4	4
14.	5	5	1	1	5
15.	4	5	4	1	4
16.	4	4	4	4	4
17.	3	3	3	3	3
18.	5	5	5	5	5
19.	3	5	4	4	4
20.	4	5	4	5	5
21.	5	5	3	1	5
22.	5	4	4	4	4
23.	5	4	1	3	5
24.	3	3	5	2	3
25.	4	4	5	2	4
26.	3	2	2	5	2
27.	5	4	4	4	4
28.	5	3	3	5	5
29.	4	5	2	1	5
30.	5	5	5	5	5

Data Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Kualitas Produk							
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Modus
1.	5	5	5	5	5	5	5
2.	4	5	5	5	4	5	5
3.	4	5	5	3	3	4	5
4.	5	5	5	5	5	3	5
5.	5	5	5	4	5	4	5
6.	4	5	4	5	3	5	5
7.	4	5	4	3	5	5	5
8.	5	5	5	2	5	2	5
9.	5	5	5	4	4	5	5
10.	4	5	4	5	3	3	5
11.	4	5	5	4	4	4	4
12.	5	5	4	5	5	4	5
13.	5	5	5	4	4	5	5
14.	5	5	5	4	4	5	5
15.	5	5	5	5	5	4	5
16.	4	5	5	4	4	2	4
17.	5	5	4	4	4	5	5
18.	3	5	5	5	5	2	5
19.	4	5	5	5	4	5	5
20.	4	5	4	4	3	4	4
21.	4	5	5	5	4	3	5
22.	5	5	5	5	5	4	5
23.	4	5	5	4	4	3	4
24.	5	5	5	5	5	5	5
25.	5	5	5	5	5	5	5
26.	5	5	5	5	5	5	5
27.	4	5	5	4	5	5	5
28.	4	5	4	3	4	4	4
29.	5	5	5	5	5	4	5
30.	5	5	5	5	3	5	5

Data Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Harga				
No	X1.1	X1.2	X1.3	Modus
1.	5	4	5	5
2.	5	4	4	4
3.	3	3	5	3
4.	5	4	4	4
5.	4	3	5	5
6.	4	5	5	5
7.	4	4	4	4
8.	3	3	3	3
9.	4	4	4	4
10.	3	3	3	3
11.	4	4	5	4
12.	4	3	5	5
13.	4	4	3	4
14.	4	4	5	4
15.	5	4	4	4
16.	5	4	4	4
17.	3	3	3	3
18.	2	4	5	5
19.	3	5	4	5
20.	4	3	5	5
21.	4	3	5	5
22.	4	4	4	4
23.	4	4	4	4
24.	3	3	5	3
25.	4	4	4	4
26.	3	3	5	3
27.	5	4	4	4
28.	3	3	3	3
29.	5	3	5	5
30.	3	3	5	3

Data Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Lokasi						
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Modus
1.	4	4	4	4	4	4
2.	4	4	3	3	4	3
3.	4	4	3	3	4	4
4.	3	4	4	4	4	4
5.	5	4	4	3	4	4
6.	4	4	3	4	4	4
7.	3	4	4	4	4	4
8.	3	3	2	2	4	3
9.	5	5	3	5	4	5
10.	4	4	3	4	4	4
11.	4	4	4	4	4	4
12.	3	4	3	3	4	3
13.	3	5	4	3	4	4
14.	4	5	4	4	4	4
15.	3	4	3	4	4	4
16.	4	5	3	4	5	5
17.	4	4	4	4	4	4
18.	2	4	4	4	4	4
19.	4	4	4	4	4	4
20.	4	3	3	3	3	3
21.	3	5	3	4	4	4
22.	4	4	4	3	3	4
23.	4	3	3	3	4	3
24.	4	4	3	4	4	4
25.	4	3	4	4	4	4
26.	5	3	3	3	3	3
27.	4	3	3	2	4	4
28.	3	3	3	3	3	3
29.	4	3	3	3	3	3
30.	3	4	4	4	4	4

Data Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Keberhasilan Usaha								
No	X1.1	X1.2	X1.2	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Modus
1.	5	5	5	2	5	2	5	5
2.	4	4	4	5	4	5	5	4
3.	4	4	4	5	3	4	4	4
4.	5	5	5	5	5	3	5	5
5.	5	4	4	1	3	3	4	4
6.	4	4	4	3	3	2	5	4
7.	4	4	4	3	2	2	4	4
8.	5	5	4	2	1	2	4	5
9.	5	4	5	4	4	5	4	4
10.	4	4	4	3	2	2	4	4
11.	4	4	4	4	4	4	4	4
12.	4	4	4	3	3	3	5	4
13.	4	4	5	4	4	3	5	4
14.	4	4	5	4	3	4	4	4
15.	4	4	4	5	5	4	4	4
16.	4	5	5	4	4	2	5	5
17.	4	4	4	4	1	2	4	4
18.	3	3	3	2	1	2	3	3
19.	4	4	4	2	1	2	4	4
20.	4	4	4	2	3	4	4	4
21.	4	5	4	4	4	3	4	4
22.	5	5	5	2	5	2	5	5
23.	4	4	5	4	4	3	4	4
24.	3	4	4	2	4	5	4	4
25.	4	4	4	4	4	5	4	4
26.	5	5	4	1	2	2	4	5
27.	4	5	5	4	3	5	5	5
28.	4	4	4	5	2	2	4	4
29.	4	4	3	4	4	4	1	4
30.	4	3	3	3	3	3	5	3

Lampiran III: SPSS OUT PUT

A. Validitas Dan Reliabilitas

1. Variabel Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) (X1)

Validitas

		Correlations			
		TOTALX1	X11	X12	X13
TOTALX1	Pearson Correlation	1	.679**	.813**	.784**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
X11	Pearson Correlation	.679**	1	.429*	.333
	Sig. (2-tailed)	.000		.018	.072
	N	30	30	30	30
X12	Pearson Correlation	.813**	.429*	1	.371*
	Sig. (2-tailed)	.000	.018		.043
	N	30	30	30	30
X13	Pearson Correlation	.784**	.333	.371*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.072	.043	
	N	30	30	30	30

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

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

Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.619	3

2. Variabel Modal Usaha (X2)

Validitas

	N	30	30	30	30	30	30	30
X31	Pearson Correlation	.736**	1	.666**	.569**	.411*	.539**	.377*
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.024	.002	.040
	N	30	30	30	30	30	30	30
X32	Pearson Correlation	.749**	.666**	1	.690**	.438*	.565**	.278
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.015	.001	.137
	N	30	30	30	30	30	30	30
X33	Pearson Correlation	.785**	.569**	.690**	1	.537**	.513**	.378*
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.002	.004	.039
	N	30	30	30	30	30	30	30
X34	Pearson Correlation	.798**	.411*	.438*	.537**	1	.597**	.507**
	Sig. (2-tailed)	.000	.024	.015	.002		.000	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30
X35	Pearson Correlation	.763**	.539**	.565**	.513**	.597**	1	.317
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.001	.004	.000		.088
	N	30	30	30	30	30	30	30
X36	Pearson Correlation	.697**	.377*	.278	.378*	.507**	.317	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.040	.137	.039	.004	.088	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.829	6

4. Variabel Harga (X4)

Validitas

Correlations

		TOTALX4	X41	X42	X43
TOTALX4	Pearson Correlation	1	.873 ^{**}	.951 ^{**}	.920 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
X41	Pearson Correlation	.873 ^{**}	1	.740 ^{**}	.658 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
X42	Pearson Correlation	.951 ^{**}	.740 ^{**}	1	.868 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30
X43	Pearson Correlation	.920 ^{**}	.658 ^{**}	.868 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.903	3

5. Variabel Lokasi (X5)

Validitas

Correlations

		TOTALX5	X51	X52	X53	X54	X55	X56
TOT ALX 5	Pearson Correlation	1	.675 ^{**}	.752 ^{**}	.817 ^{**}	.611 ^{**}	.801 ^{**}	.644 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X51	Pearson Correlation	.675 ^{**}	1	.491 ^{**}	.492 ^{**}	.265	.445 [†]	.358
	Sig. (2-tailed)	.000		.006	.006	.157	.014	.052
	N	30	30	30	30	30	30	30

X52	Pearson Correlation	.752**	.491**	1	.415*	.107	.602**	.552**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006		.023	.573	.000	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30
X53	Pearson Correlation	.817**	.492**	.415*	1	.702**	.549**	.327
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.023		.000	.002	.078
	N	30	30	30	30	30	30	30
X54	Pearson Correlation	.611**	.265	.107	.702**	1	.325	.267
	Sig. (2-tailed)	.000	.157	.573	.000		.080	.153
	N	30	30	30	30	30	30	30
X55	Pearson Correlation	.801**	.445	.602**	.549**	.325	1	.400*
	Sig. (2-tailed)	.000	.014	.000	.002	.080		.028
	N	30	30	30	30	30	30	30
X56	Pearson Correlation	.644**	.358	.552**	.327	.267	.400*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.052	.002	.078	.153	.028	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.809	6

6. Variabel Keberhasilan Usaha (Y)

Validitas

Correlations

	TOTALLY	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
TOTALLY Pearson Correlation	1	.410	.514	.725	.585	.821	.520	.489
Sig. (2-tailed)		.024	.004	.000	.001	.000	.003	.006
N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1 Pearson Correlation	.410	1	.590	.426	.085	.209	-.210	.260
Sig. (2-tailed)	.024		.001	.019	.654	.267	.266	.165
N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2 Pearson Correlation	.514	.590	1	.595	.056	.292	-.154	.395
Sig. (2-tailed)	.004	.001		.001	.768	.117	.416	.031
N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3 Pearson Correlation	.725	.426	.595	1	.241	.446	.060	.643
Sig. (2-tailed)	.000	.019	.001		.199	.014	.754	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4 Pearson Correlation	.585	.085	.056	.241	1	.399	.393	-.041
Sig. (2-tailed)	.001	.654	.768	.199		.029	.032	.831
N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5 Pearson Correlation	.821	.209	.292	.446	.399	1	.444	.245
Sig. (2-tailed)	.000	.267	.117	.014	.029		.014	.191
N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6 Pearson Correlation	.520	-.210	-.154	.060	.393	.444	1	-.102
Sig. (2-tailed)	.003	.266	.416	.754	.032	.014		.591
N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7 Pearson Correlation	.489	.260	.395	.643	-.041	.245	-.102	1
Sig. (2-tailed)	.006	.165	.031	.000	.831	.191	.591	
N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.659	7

B. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.930 ^a	.865	.837	.19886	.865	30.857	5	24	.000	1.694

a. Predictors: (Constant), LOKASI, PRODUK, HARGA, SDM, MODAL

b. Dependent Variable: KEBERHASILAN

C. Uji Simultan (Uji-F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.101	5	1.220	30.857	.000 ^a
	Residual	.949	24	.040		
	Total	7.050	29			

a. Predictors: (Constant), LOKASI, PRODUK, HARGA, SDM, MODAL

b. Dependent Variable: KEBERHASILAN

D. Uji Multikolinieritas, Uji Regresi Linier Berganda Dan Uji Parsial (Uji-t)

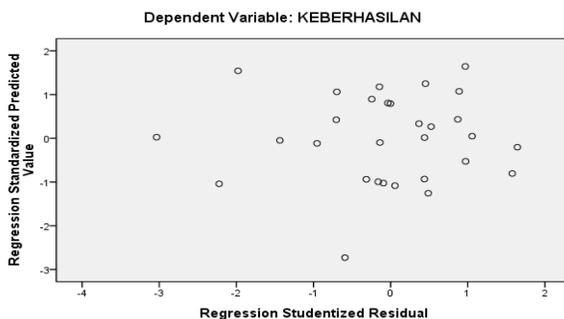
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Partial	Tolerance	VIF
1 (Constant)	.159	.428		.372	.713					
SDM	.275	.113	.290	2.424	.023	.818	.444	.182	.393	2.543
MODAL	.235	.107	.267	2.190	.038	.805	.408	.164	.377	2.651
PRODUK	.241	.087	.264	2.786	.010	.698	.494	.209	.624	1.602
HARGA	.232	.091	.288	2.566	.017	.788	.464	.192	.445	2.247
LOKASI	.012	.096	.010	.128	.899	.230	.026	.010	.908	1.101

a. Dependent Variable: KEBERHASILAN

E. Uji Heterokedastisitas

Scatterplot



F. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	30
Normal Parameters ^{a, b}	Mean
	Std. Deviation
Most Extreme Differences	Absolute
	Positive
	Negative
Kolmogorov-Smirnov Z	
Asymp. Sig. (2-tailed)	

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

