

## **BAB IV**

### **ANALISIS DAN HASIL PEMBAHASAN ANALISIS**

#### **4.1. Gambaran Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Gambran Singkat Tentang Pelaku Usaha**

Sejarah singkat pelaku usaha mencakup evolusi dari aktivitas perdagangan sederhana hingga perusahaan besar yang mendominasi ekonomi global saat ini. Berikut adalah garis besar perkembangan pelaku usaha:

Perdagangan Barter: Masyarakat prasejarah bertukar barang secara langsung tanpa menggunakan uang. Kota-Kota Awal dan Perdagangan Internasional: Peradaban seperti Mesopotamia, Mesir Kuno, dan India Kuno mulai berdagang antar kota dan wilayah. Mereka menggunakan sistem kredit dan uang logam.

Peradaban Yunani dan Romawi: Munculnya pedagang profesional dan lembaga seperti bank serta pasar terorganisir. Jalur Sutra: Meningkatkan perdagangan antara Asia dan Eropa, melibatkan pelaku usaha dari berbagai budaya dan latar belakang.

Gilda dan Serikat: Di Eropa, gilda mengatur perdagangan dan industri di kota-kota, melindungi anggotanya dan memastikan kualitas produk. Pasar dan Pameran Dagang: Pasar tahunan diadakan, menjadi pusat penting bagi pedagang dan pelaku usaha untuk bertemu dan berdagang.

Korporasi Dagang: Perusahaan-perusahaan seperti British East India Company didirikan, menjadi model awal korporasi modern dengan pemegang saham. Bankir dan Pemberi Pinjaman: Keluarga bankir seperti Medici di Italia mendanai berbagai usaha dan ekspedisi dagang.

Pelaku usaha mengembangkan pabrik yang memproduksi barang secara massal, mengubah ekonomi dan struktur sosial. Transportasi dan Komunikasi: Kemajuan di bidang kereta api, kapal uap, dan telegraf mempercepat perdagangan dan komunikasi antar benua. Perusahaan seperti Amazon, Alibaba, dan Uber memanfaatkan platform digital untuk menghubungkan konsumen dengan berbagai layanan dan produk.

Startup dan Inovasi Teknologi: Ekosistem startup mendorong inovasi dengan cepat, menciptakan perusahaan unicorn (valuasi lebih dari \$1 miliar) dalam waktu singkat. Sejarah pelaku usaha menunjukkan adaptasi dan inovasi yang terus-menerus dalam merespons perubahan ekonomi, teknologi, dan sosial. Pelaku usaha modern tidak hanya mencakup perusahaan besar, tetapi juga usaha kecil dan menengah (UKM) yang memainkan peran penting dalam ekonomi global

#### **4.1.2 Visi Dan Misi Pelaku Usaha Kelurahan Oesapa Kota Kupang**

##### **a. Visi**

1. Menjadi pelaku usaha yang menciptakan produk atau layanan inovatif yang mengubah industri, atau bahkan menjaga agen perubahan sosial dan positif melalui bisnis mereka.

2. Menjadi sumber inspirasi dan motivasi bagi pelaku usaha untuk mencapai tujuan mereka.

**b. Misi**

1. Memberikan layanan atau produk berkualitas tinggi kepada pelanggan yang ada Di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima.

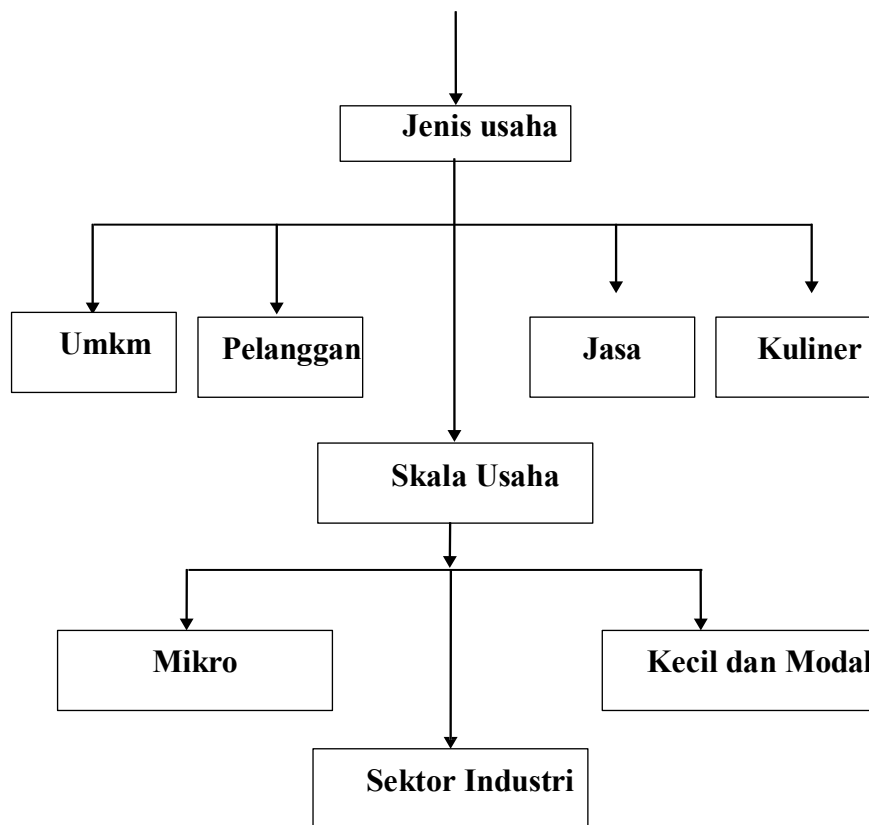
2. Menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan berdaya Di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang.

3. Mendukung komunitas lokal melalui inisiatif sosial atau lingkungan Di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang.

4. Berinovasi secara berkelanjutan untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas bisnis mereka.

**4.1.3 Struktur Pelaku Usaha Kelurahan Oesapa Kota Kupang**

Untuk menjalankan roda organisasi dengan baik maka perlu adanya suatu struktur organisasi. Struktur organisasi yang baik dapat memperjelas tugas serta tanggung jawab dari masing-masing personil yang ada dalam organisasi tersebut. Dengan adanya struktur organisasi dapat diketahui hubungan kerja antara bagian yang ada dalam satu bidang dan akan terlihat tugas dan tanggung jawab dari masing-masing yang terlibat dalam bidang kerjanya serta dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja dalam mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan



#### 4.1.4 Uraian Tugas Pelaku Usaha

##### 1. Pengembangan strategi bisnis:

Merencanakan dan mengimplementasikan strategi untuk mencapai tujuan bisnis jangka pendek dan jangka panjang.

##### 2. Manajemen keuangan:

Mengelola keuangan perusahaan, termasuk perencanaan anggaran, pemantauan kas, dan pengelolaan risiko keuangan.

##### 3. Pengelolaan operasional:

Mengelola operasi sehari-hari perusahaan, termasuk produksi, rantai pasokan, dan distribusi produk atau layanan.

#### 4. Pemasaran dan penjualan:

Membangun dan menjalankan strategi pemasaran untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang ada, serta mengelola tim penjualan.

#### 5 Pengembangan produk dan layanan:

Mengidentifikasi peluang untuk mengembangkan atau memperbaiki produk atau layanan yang ada, serta mengawasi proses pengembangan dan peluncuran produk.

#### 6. Manajemen sumber daya manusia:

Merekrut, melatih, dan mengelola tim karyawan, serta mengembangkan kebijakan dan prosedur sumber daya manusia.

#### 7. Kepatuhan hukum dan peraturan:

Memastikan bahwa perusahaan beroperasi sesuai dengan semua hukum dan peraturan yang berlaku, serta mengelola risiko hukum.

#### 8. Inovasi dan penelitian pasar:

Mengeksplorasi tren industri, melakukan riset pasar, dan mengidentifikasi peluang inovasi untuk menjaga agar perusahaan tetap relevan dan kompetitif

#### 9. Pemeliharaan hubungan dengan pemangku kepentingan:

Berinteraksi dengan berbagai pihak terkait, termasuk pelanggan, pemasok, investor, dan komunitas lokal, untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan.

#### **4.1.5 Karakteristik Responden**

Berdasarkan hasil pengumpulan data responden yang akan dijadikan sampel penelitian

Maka dapat diketahui gambaran umum tentang jenis kelamin, Usia, pendidikan

dan lama Usaha untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel dibawah ini Usaha,  
untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

### 1. Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Berikut ini akan dijelaskan data jenis kelamin responden dapat dilihat di  
tabel di bawah:

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase%
1	Laki-laki	21	36,20
2	Perempuan	37	63,79
	<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100</b>

*Sumber : data di olah penulis (2025)*

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat dilihat bahwa jumlah usaha responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 21 orang dengan presentase (36,20%) dan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 37 orang dengan presentase (63, 79%), maka dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin perempuan lebih dominan dibandingkan jenis kelamin laki-laki

Tabel 4.2

**2. Karakteristik responden berdasarkan usia**

<b>No</b>	<b>Umur /Tahun</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase%</b>
<b>1</b>	<b>18-22</b>	<b>12</b>	<b>20,68</b>
<b>2</b>	<b>24-28</b>	<b>20</b>	<b>20,68</b>
<b>3</b>	<b>29-32</b>	<b>20</b>	<b>34,48</b>
<b>4</b>	<b>34-38</b>	<b>8</b>	<b>13,79</b>
<b>5</b>	<b>40-45</b>	<b>6</b>	<b>10,34</b>
	<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100</b>

*Sumber : data di olah penulis (2025)*

Dari tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa usia atau umur pada pelaku usaha Kuliner di Kelurahan Oesapa dapat dipresentasikan dari usia 18-22 tahun berjumlah 12 orang dengan presentase (20,68%), yang berusia 24-28 berjumlah 20 orang presentase (20,68%), 29-32 tahun dengan presentase 34,48erjumlah 20 orang dengan presentase (34,48%), 34-38 tahun berjumlah (13,79%), dan 40-45 tahun berjumlah 6 orang dengan presentase (10,34%). Maka dapat disimpulkan bahwa jumlah pelaku usaha kuliner didominasi oleh masyarakat yang berumur 20-24 tahun.

**Tabel 4.3**

**3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

No	Pendidikan	Jumlah	Presentase%
1	SMA/SMK	36	62,06
2	D3	7	12,06
3	S1	15	25,86
4	S2	0	0,00
5	S3	0	0,00
	<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100</b>

*Sumber : data di olah penulis (2025)*

Berdasarkan tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa jumlah pendidikan terakhir responden SMA/SMK adalah sebanyak 36 orang dengan presentase (62,06% ) D3 berjumlah 7 orang dengan presentase (12,06%), S1 berjumlah 15 orang dengan presentase (25,86%). Maka dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha kuliner yang berada di Kelurahan Oesapa Kota Kupang didominasi oleh masyarakat yang memiliki status SMA/SMK.



Tabel 4.3

**1. kteristik Respondeb Berdasarkan Lama Usaha**

No	Lama Usaha Berdiri	Jumlah Frekuensi	Presentase
1	1-5 Tahun	34	58,62
2	6-10 Tahun	10	17,24
3	10-15 Tahun	14	24,13
	<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100</b>

*Sumber : data di olah penulis (2025)*

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, menunjukkan bahwa lama usaha pada pelaku usaha kuliner di akaeluahan Oesapa di Kota Kupang dari 1-5 tahun sebanyak 34 orang dengan presentase (58,62%), 6-10 tahun sebanyak 10 orang dengan presentase (17,24%), sedangkan 10- 15 tahun sebanyak 14 orang dengan presentase (24,13%).

**4.2 Analisis pendahuluan**

Tahap ini penulis akan mentabulisasikan data-data penelitian untuk dianalisis guna melihat kecenderungan data menurut indikator dengan menggunakan teknik analisis deskriptif. Pada analisis pendahuluan ini akan dideskripsikan indikator empiric dari konsep-konep penelitian berdasarkan data yang diperoleh melalui kuisisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah tabel frekuensi. Untuk mendapatkan gambaran mengenai derajat presepsi responden atas variabel yang diteliti maka digunakan angka indeks yang dihasilkan dengan

menggunakan criteria tiga kotak Three-box Method yang dikemukakan oleh Ferdinand (2014:231-232) dengan kreteria sebagai berikut:

Berikut adalah kriteria nilai indeks yang digunakan dalam penelitian ini:

10.00- 40.00 = Rendah

40.01-70.00 = Sedang

70.01-100.00 = Tinggi

Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut : Nilai indeks

$$=(\% F1x1)+(\% F2x2)+(\% F3x3)+(\% F4x4)+(\% F5x5)+(\% F6x6)+(\% F6x6)+(\% F7x7)+(\% F8x8)+(\% F9x9)+(\% F10x10) : 10$$

Dimana:

F1 = frekuensi responden yang menjawab 1

F2 = frekuensi responden yang menjawab 2 Dst, F10 =  
frekuensi responden yang menjawab 10.

#### **4.2.1 Pengaruh Kemampuan Wirausaha**

Hasil penghitungan terhadap jawaban responden dalam nilai rata-rata untuk mengetahui penilaian para responden terhadap Pengaruh Kemampuan Wirausaha, dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.6**

**Jawaban responden terhadap variabel kemampuan wirausaha**

<b>Indikator</b>	<b>Kategori Jawaban</b>										<b>Σ</b>	<b>Indeks</b>
Inisiatif dapat membantu saya kapan harus mengambil keputusan dalam berwirausaha	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>58</b>	98,24%
	1	1	0	1	3	0	4	11	8	28		
	1,72	1,72	0	1,72	5,17	0	6,89	18,96	13,79	48,27	98,24	
Melihat tantangan sebagai peluang usaha untuk tumbuh dan berkembang	0	1	0	2	7	13	7	11	7	10	<b>58</b>	99,95%
	0	1,72	0	3,44	12,06	22,41	12,06	18,96	12,06	17,24	99,95	
Berani mengambil resiko dalam mengembangkan usaha	0	0	1	1	3	7	4	19	12	12	<b>58</b>	101,67%
	0	0	1,72	1,72	5,17	12,06	6,89	32,75	20,68	20,68	101,67	
Komitmen dapat di wujudkan dengan kesediaan dan tanggung jawab mencapai sebuah usaha yang di tetapkan	0	1	1	6	19	7	4	8	8	10	<b>58</b>	113,39%
	0	1,72	1,72	10,34	32,75	12,06	6,89	13,79	13,79	17,24	133,39	
Percaya diri dapat membantu saya melakukan apa yang di tetapkan dan inginkan	0	0	0	2	6	7	3	25	11	4	<b>58</b>	99,96%
	0	0	0	3,44	10,34	12,06	5,17	43,10	18,96	6,89	99,96 %	
Jumlah												513,21%
Rata -rata												102,642 %

Berdasarkan tabel 4.6 Nilai indeks jawaban responden variabel pengaruh kewirausahaan berkisar antara 98,24% - 99,96% dengan nilai rata rata responden adalah 102,64% .dengan nilai indeks tertinggi ada pada indikator Komitmen dapat di wujudkan dengan kesediaan dan tanggung jawab mencapai sebuah usaha yang di tetapkan yaitu 113,39% sedangkan kategori jawaban terendah ada pada indikator Inisiatif dapat membantu saya kapan harus mengambil keputusan dalam berwirausaha yaitu sebesar 98,24% sesuai dengan kriteria *There-box Method* maka rata-rata jawaban. responden untuk variabel kemampuan wirausaha sebesar 102,64% dengan demikian secara keseluruhan berada pada kategori tinggi.

#### **4.2.2 Peningkatan Omzet Penjualan**

Hasil perhintungan terhadap jawaban responden dalam nilai rata-rata untuk mengetahui penilaian para responden terhadap peningkatan omzet penjualan sebagai berikut :

Tabel 4.2

**Jawaban Responden Terhadap Variabel Peningkatan Omzet Penjualan**

Indikator	Kategori Jawaban										£	Indeks
Mempunyai ide, gagasan atau peluang yang dapat dikembangkan oleh pengusaha	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	58	92,63%
	0	0	0	1	6	5	6	16	3	23		
				1,72	10,34	8,62	10,34	27,58	5,17	39,65	92,63	
Mencari ide-ide baru dengan melakukan pengamatan pesaing dan umpan balik	0	2	2	2	4	11	10	11	9	7	58	192,94%
	0	3,44	3,44	3,44	6,89	18,96	17,24	18,96	15,51	12,06	192,94	
Inisiatif dalam melaksanakan efisiensi dan efektivitas akan meningkatkan produktifitas dalam usaha	0	0	2	1	8	5	8	12	11	11	58	99,96%
			3,44	1,72	13,79	8,62	13,79	20,68	18,96	18,96	99,96	
Harga jual dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seprti permintaan musim dan strategi pesaing	0	1	0	2	7	10	3	17	9	9	58	95,96%
	0	1,72	0	3,44	12,06	17,24	5,17	29,31	15,51	15,51	95,96	
Harga berperan penting dalam terjadinya kesepakatan jual beli antara produsen dan konsumen	0	2	0	2	2	10	10	16	8	14	58	110,3%
	0	3,44	0	3,44	3,44	17,24	17,24	27,58	13,79	24,13	110,3	
Jumlah												591,79
Rata -rata												118,35% <sup>s</sup>

Berdasarkan tabel 4.7 nilai indeks jawaban responden variabel peningkatan omzet penjualan berkisar antara 92,63% - 110,3% dengan nilai rata-rata jawaban responden adalah 118,35 % dengan nilai indeks tertinggi pada indikator Mencari ide-ide baru dengan melakukan pengamatan pesaing dan umpan balik yaitu 192,4% sedangkan kategori jawaban terendah ada pada indikator Mempunyai ide, gagasan atau peluang yang dapat dikembangkan oleh pengusaha yaitu 92,63% sesuai dengan kriteria *There-box Method* maka rata-rata jawaban responden untuk variabel peningkatan omzet penjualan sebesar 118,35% dengan demikian secara keseluruhan berada pada kategori tinggi.

#### 4.2.3 Keberhasilan Usaha

Hasil perhitungannya terhadap jawaban responden dalam nilai rata-rata untuk mengetahui penilaian para responden terhadap Keberhasilan usaha sebagai berikut:

**Tabel 4.3**

**Jawaban Responden Terhadap Variabel Keberhasilan Usaha**

Pernyataan	Kategori Jawaban											Indeks
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Σ	
Terus melakukan perbaikan kualitas usaha yaitu kualitas produk, kualitas harga, kualitas pelayanan dan kualitas administrasi atau pencatatan usaha	0	1	1	2	2	5	4	13	6	22	<b>58</b>	96,51%
	0	1,72	1,72	3,44	3,44	8,62	6,89	22,41	10,34	37,93	96,51	
Menggunakan media online untuk mempromosikan produk atau jasa dalam berwirausaha	0	0	0	3	4	9	5	11	12	14	<b>58</b>	78,78%
	0	0	0	20,68	34,48	93,10	60,34	151,72	186,20	241,37	787,87	
<b>Jumlah</b>												175,29%
<b>Rata-rata</b>												87,64

Berdasarkan Tabel 4.8 nilai indeks jawaban responden variabel keberhasilan usaha berkisar antara 96,51 – 78,78% dengan nilai rata-rata jawaban responden Keberhasilan Usaha berkisar antara 87,64% dengan nilai indeks tertinggi ada pada indikator Terus melakukan perbaikan kualitas usaha yaitu kualitas produk, kualitas harga, kualitas pelayanan dan kualitas administrasi

atau pencatatan usaha yaitu kualitas produk, kualitas harga, kualitas pelayanan, dan kualitas administrasi atau pencatatan usaha yaitu 92,51% sedangkan kategori jawaban terendah ada pada indikator Menggunakan media online untuk mempromosikan produk atau jasa dalam berwirausaha yaitu 78,78% sesuai dengan kriteria *There-box Method* maka rata-rata jawaban responden untuk variabel keberhasilan usaha sebesar 87,64% dengan demikian secara keseluruhan berada pada kategori tinggi.

### 4.3 Analisis lanjutan

#### 4.3.1 Analisis regresi linear berganda

**Tabel 4.9**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.737	1.632		4.740	.000
X1	.199	.160	.170	1.242	.219
X2	-.156	.151	-.142	-1.033	.306

Sumber data di olah penulis (2025)

Berdasarkan hasil analisis diatas maka dapat diketahui konstan regresi sebesar 7.737 sedangkan koefisien regresi  $b_1=1,99$  dan  $b_2= -1,56$  dengan demikian persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y=7,737+1,99 (X1)+1,56 (X2)$$

Persamaan regresi linear berganda dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 7.737 artinya jika nilai kemampuan kewirausahaan (X1) dan Peningkatan omset penjualan (X2)) sama dengan nol, maka keberhasilan usaha (Y) memiliki nilai sebesar 7.737



2. Koefesien regresi ( $b_1$ ) sebesar 1,99 artinya jika kemampuan kewirausahaan ( $X_1$ ) , peningkatan omset penjualan ( $X_2$ ) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka keberhasilan usaha ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 1,99

3. Koefesien regresi  $b_2$  sebesar 1,56 artinya jika peningkatan omset penjualan mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka keberhasilan usaha ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 1,56

#### **4.3.2 Uji Parsial ( uji t )**

##### **1. Uji Hipotesis Pertama pengaruh kemampuan wirausaha ( $X_1$ )**

Rumusan hipotesis kerja yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a.  $H_0: b_1 = 0$ , artinya kemampuan wirausaha tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada pelaku usaha di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang.

b.  $H_a: b_1 > 0$ ; artinya kemampuan wirausaha berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha pada pelaku usaha di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang.

Kemudian dalam pengujian uji t, kriteria yang digunakan dalam pengujian ini sebagai berikut.

a) Apabila  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  pada  $\alpha$  ( $5\% = 0,00$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

b) Apabila  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  pada  $\alpha$  ( $5\% = 0,00$  ), maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Berdasarkan hasil hitung maka diperoleh  $t$  hitung = c dan nilai  $t\text{tabel} = 1,674$ .

Karena nilai hitung  $7.737 > t_{\text{tabel}} 1.674$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel kemampuan wirausaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada pelaku usaha di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang

## **2. Uji Hipotesis Kedua peningkatan omzet penjualan ( $X_2$ )**

Rumusan hipotesis kerja yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1)  $H_0: b_1 = 0$ ; artinya kemampuan wirausaha tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada pelaku usaha di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang.
- 2)  $H_a: b_1 > 0$ ; artinya kemampuan wirausaha berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha pada pelaku usaha di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang.

Kemudian dalam pengujian uji t, kriteria yang digunakan dalam pengujian ini sebagai berikut.

- a. Apabila  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  pada  $\alpha$  ( $5\% = 0,00$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- b. Apabila  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  pada  $\alpha$  ( $5\% = 0,00$ ), maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Berdasarkan hasil hitung maka diperoleh  $t_{\text{hitung}} = 7.737$  dan nilai  $t_{\text{tabel}} = 1.674$  karena nilai  $t_{\text{hitung}} 7.737 > t_{\text{tabel}} = 1,674$ , maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel peningkatan omzet penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada pelaku

usaha di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang.

#### **4.3.3 Uji Simultan ( Uji F )**

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel kemampuan wirausaha (X1) Peningkatan omzet penjualan (X2) terhadap keberhasilan usaha (Y) secara bersama-sama. untuk menguji hipotesis akan digunakan uji F-tabel dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ ,  $H_a$  diterima,  $H_0$  ditolak
- b) Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$ ,  $H_a$  Ditolak,  $H_0$  diterima

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai  $F_{hitung}$   $1.043 <$  nilai  $F_{tabel}$   $3.168$  Dengan demikian  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima karena nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $1.043 < 3.168$ ) yang berarti secara bersama-sama kedua variabel kemampuan wirausaha (X1) dan peningkatan omzet penjualan (X2) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang (Y).

#### **4.3.4 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Hasil adjust  $R^2$  pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,37. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan wirausaha, dan peningkatan omzet penjualan memiliki kontribusi sebesar 0,37% terhadap keberhasilan usaha sedangkan sisanya sebesar -99,27% ,kontribusi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### **4.4 Bahasan dan analisis**

Berdasarkan penyajian data dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dalam pembahasan ini akan membahas hasil penelitian sesuai dengan permasalahan yang penulis ajukan. Pembahasan ini merupakan jawaban atas permasalahan yang ada, sehingga dapat mengetahui gambaran tentang ada pengaruh antara variabel bebas yaitu kemampuan wirausaha, peningkatan omset penjualan dan variabel terikat Keberhasilan Usaha.

##### **4.4.1 Pengaruh kemampuan wirausaha terhadap keberhasilan usaha mikro kuliner Di Kelurahan Oesapa**

Variabel pertama Pengaruh kemampuan wirausaha (X1) memiliki 5 pernyataan dimana pernyataan pertama adalah inisiatif dapat membantu saya kapan harus mengambil keputusan dalam berwirausaha, terdapat 10 jawaban responden dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab skor jawaban (1) ada 1 orang responden,) yang menjawab skor jawaban (1) ada 1 orang responden, yang menjawab skor jawaban (4) ada 1 orang responden, yang menjawab skor jawaban (5) ada 3 orang responden, yang menjawab skor jawaban (7) ada 4 orang responden, yang menjawab skor jawaban (8) ada 11 orang responden yang menjawab skor jawaban (9) ada 8 orang responden, yang menjawab skor jawaban 10 ada 28 orang responden, dengan nilai indeks sebesar 98,24%. Pernyataan kedua adalah melihat tantangan sebagai peluang usaha untuk tumbuh dan berkembang. terdapat 10 jawaban responden dapat dilihat jumlah responden yang menjawab skor jawaban (2) ada

1 orang responden, yang menjawab skor jawaban (4) ada 2 orang responden, yang menjawab skor jawaban (5) ada 7 orang responden, yang menjawab skor jawaban (6) ada 13 orang responden, yang menjawab skor jawaban (7) ada 7 orang responden, yang menjawab skor jawaban (8) ada 11 orang responden, yang menjawab skor jawaban (9) ada 7 orang responden, yang menjawab skor jawaban (10) ada 10 orang responden, dengan nilai indeks sebesar 99,95%

Pernyataan ketiga adalah Berani mengambil resiko dalam mengembangkan usaha terdapat 10 jawaban responden dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab skor jawaban (3) ada 1 orang responden, yang menjawab skor jawaban (4) ada 1 orang responden, yang menjawab skor jawaban (5) ada 3 orang responden, yang menjawab skor jawaban (6) ada 7 orang responden, yang menjawab skor jawaban (7) ada 4 orang responden, yang menjawab skor jawaban (8) ada 19 orang responden, yang menjawab skor jawaban (9) ada 12 orang responden, yang menjawab skor jawaban (10) ada 12 orang responden, dengan nilai indeks sebesar 101,67%. Pernyataan keempat adalah komitmen diwujudkan dengan kesediaan dan tanggung awab untuk melakukan. terdapat 10 jawaban responden dapat dilihat jumlah responden yang menjawab skor jawaban (2) ada 1 orang responden, yang menjawab skor jawaban (3) ada 1 orang responden, yang menjawab skor jawaban (4) ada 6 orang responden, yang menjawab skor jawaban (5) ada 19 orang responden, yang menjawab skor jawaban (6) ada 7 orang responden, yang menjawab skor jawaban (7) ada 4 orang responden, yang menjawab skor jawaban (8) ada 8 orang responden, yang menjawab skor jawaban (9) ada 8 orang

responden, yang menjawab skor jawaban (10) ada 10 orang responden, dengan nilai indeks sebesar 113,39%. Pernyataan kelima adalah percaya diri dapat membantu saya melakukan apa yang ditetapkan dan diinginkan. terdapat 10 jawaban responden dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab skor jawaban (4) ada 2 orang responden, yang menjawab skor jawaban (5) ada 6 orang responden, yang menjawab skor jawaban (6) ada 7 orang responden, yang menjawab skor jawaban (7) ada 3 orang responden, yang menjawab skor jawaban (8) ada 25 orang responden, yang menjawab skor jawaban (9) ada 11 orang responden, yang menjawab skor jawaban (10) ada 4 orang responden, dengan nilai indeks sebesar 99,96%

Berdasarkan nilai indeks jawaban responden kemampuan wirausaha (X1), nilai indeks setiap indikator berkisar antara 98,24% - 99,96% Dengan demikian jumlah dari seluruh indeks yaitu 513,21% dan nilai rata-rata indeks untuk variabel kemampuan wirausaha yaitu 102,642% berada dalam kategori tinggi.

#### **4.4.2 Pengaruh peningkatan omzet penjualan terhadap keberhasilan usaha mikro kuliner Di Kelurahan Oesapa**

Variabel peningkatan omzet penjualan (X2) memiliki 5 pernyataan di mana pernyataan pertama adalah mempunyai ide, gagasan atau peluang yang dapat dikembangkan oleh pengusaha, terdapat 10 jawaban responden dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab skor jawaban (4) ada 1 orang responden, yang menjawab skor jawaban (5) ada 1 orang responden, yang menjawab skor jawaban (6) ada 5 orang responden, yang menjawab skor jawaban (7) ada 6 orang responden, yang menjawab skor jawaban (8) ada 16

orang responden, yang menjawab skor jawaban (9) ada 3 orang responden, yang menjawab skor jawaban (10) ada 23 orang responden, dengan nilai indeks sebesar 92,63%. Pernyataan kedua adalah mencari ide-ide baru dengan melakukan pengamatan pesaing dan umpan balik, terdapat 10 jawaban responden dapat dilihat jumlah responden yang menjawab skor jawaban (2) ada 2 orang responden ,yang menjawab skor jawaban (3) ada 2 orang responden ,skor jawaban (4) ada 2 orang responden, yang menjawab skor jawaban (5) ada 4 orang responden, yang menjawab skor jawaban (6) ada 11 orang responden, yang menjawab skor jawaban (7) ada 10 orang responden, yang menjawab skor jawaban (8) ada 11 orang responden, yang menjawab skor jawaban (9) ada 9 orang responden, yang menjawab skor jawaban (10) ada 7 orang responden, dengan nilai indeks sebesar 192,94%. Pernyataan ketiga adalah inisiatif dalam melaksanakan efisiensi dan efektivitas akan meningkatkan produktifitas dalam usaha, terdapat 10 jawaban responden dapat dilihat jumlah responden,yang menjawab skor jawaban (3) ada 2 orang responden ,skor jawaban (4) ada 1 orang responden, yang menjawab skor jawaban (5) ada 8 orang responden, yang menjawab skor jawaban (6) ada 5 orang responden, yang menjawab skor jawaban (7) ada 8 orang responden, yang menjawab skor jawaban (8) ada 12 orang responden, yang menjawab skor jawaban (9) ada 11 orang responden, yang menjawab skor jawaban (10) ada 11 orang responden, dengan nilai indeks sebesar 99,96%. Pernyataan keempat adalah harga jual dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti permintaan, musim dan strategi pesaing, terdapat 10 jawaban responden dapat dilihat jumlah responden yang menjawab skor jawaban (2) ada 1 orang

responden ,yang menjawab skor jawaban (4) ada 2 orang responden ,skor jawaban (5) ada 7 orang responden, yang menjawab skor jawaban (6) ada 10 orang responden, yang menjawab skor jawaban (7) ada 3 orang responden, yang menjawab skor jawaban (8) ada 17 orang responden, yang menjawab skor jawaban (9) ada 9 orang responden, yang menjawab skor jawaban (10) ada 9 orang responden, dengan nilai indeks sebesar 95,96%. Pernyataan kelima adalah harga berperan penting dalam terjadinya kesepakatan jual beli antara produsen dan konsumen, terdapat 10 jawaban responden dapat dilihat jumlah responden yang menjawab skor jawaban (2) ada 2 orang responden ,(4) ada 2 orang responden, yang menjawab skor jawaban (5) ada 2 orang responden, yang menjawab skor jawaban (6) ada 10 orang responden, yang menjawab skor jawaban (7) ada 10 orang responden, yang menjawab skor jawaban (8) ada 16 orang responden, yang menjawab skor jawaban (9) ada 8 orang responden, yang menjawab skor jawaban (10) ada 14 orang responden, dengan nilai indeks sebesar 110,3%. Berdasarkan nilai indeks jawaban respoden variabel peningkatan omzet penjualan, nilai indeks setiap indikator berkisar antara 92,63% - 110,3%. Dengan demikian jumlah dari seluruh indeks yaitu 481,49 dan nilai rata-rata indeks untuk variabel peningkatan omzet penjualan 96,29% yaitu berada dalam kategori tinggi. Variabel keberhasilan usaha (Y) memiliki dua pernyataan di mana pernyataan pertama adalah terus melakukan perbaikan kualitas usaha yaitu kualitas produk, kualitas harga, kualitas pelayanan dan kualitas administrasi atau pencatatan usaha, terdapat 10 jawaban responden dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab skor jawaban (2) ada 1 orang responden, yang menjawab skor jawaban



(3) ada 1 orang responden, yang menjawab skor jawaban (4) ada 2 orang responden, yang menjawab skor jawaban (5) ada 2 orang responden, yang menjawab skor jawaban (6) ada 5 orang responden, yang menjawab skor jawaban (7) ada 4 orang responden, yang menjawab skor jawaban (8) ada 13 orang responden, yang menjawab skor jawaban (9) ada 6 orang responden, yang menjawab skor jawaban (10) ada 22 orang responden dengan nilai indeks sebesar 96,51%. Pernyataan kedua menggunakan media online untuk mempromosikan produk atau jasa dalam berwirausaha, terdapat 10 jawaban responden dapat dilihat jumlah responden yang menjawab skor (4) ada 3 orang responden, yang menjawab jawaban (5) ada 4 orang responden, yang menjawab skor jawaban (6) ada 9 orang responden, skor jawaban, yang menjawab skor jawaban (7) ada 5 orang responden, yang menjawab skor jawaban (8) ada 11 orang responden, yang menjawab skor jawaban (9) ada 12 orang responden, yang menjawab skor jawaban (10) ada 14 orang responden dengan nilai indeks sebesar 78,78%. Berdasarkan nilai indeks jawaban responden variabel Keberhasilan Usaha, nilai indeks setiap indikator berkisar antara 96,51% - 78,78% demikian jumlah dari seluruh indeks yaitu 96,51% dan nilai rata-rata indeks untuk variabel Keberhasilan Usaha yaitu 87,64 berada dalam kategori tinggi.

Rata-rata indeks pada variabel Keberhasilan Usaha yaitu 87,64 termasuk dalam kategori tinggi. Kemudian dilihat dari hasil koefisien regresi yang didapat sebesar 0,156. Hasil koefisien regresi yang tinggi didukung oleh pernyataan-pernyataan yang masing-masing memiliki indeks dengan kategori tinggi.