



MENGANALISIS FAKTOR PENENTU KEBERHASILAN UMKM DI BEKASI

Rahmi Rosita ¹⁾, Kun Purwanto ²⁾, Rahayu Tri Utami ³⁾, Darmawan ⁴⁾
Politeknik LP3I Jakarta

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Dikirim : 12 Juli 2018
Revisi pertama : 24 Juli 2018
Diterima : 26 Juli 2018
Tersedia online : 28 Juli 2018

Kata Kunci : Karakter , Kebersihan Tempat, Lokasi, Pengalaman Menjual, Kenyamanan Tempat, Keamanan Area Parkir, Cita Rasa

Email : rahmirosita44@yahoo.com ¹⁾,
kun.purwanto@gmail.com ²⁾,
ayyu.sam@gmail.com ³⁾,
dawmawan.sg3@gmail.com ⁴⁾

Penelitian ini dilakukan di Kota Bekasi. Dalam penelitian ini penulis memfokuskan penelitian kepada pengusaha UMKM yaitu usaha sektor informal kuliner di Kota Bekasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor: karakter(X_1) kebersihan tempat(X_2), lokasi(X_3), pengalaman menjual(X_4) kenyamanan tempat(X_5), keamanan area parkir(X_6), dan cita rasa(X_7) berpengaruh terhadap keberhasilan usaha kuliner (Y). Serta untuk mengetahui variabel mana diantara ketujuh variabel tersebut yang paling dominan terhadap keberhasilan usaha kuliner di kota Bekasi. Populasi dalam penelitian ini adalah para pemilik usaha kuliner yang usahanya masih bergerak dalam sektor informal, namun telah menjalankan usahanya lebih dari 5 (lima) tahun. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan metode purposive sampling. Penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda dengan skala likert. Dengan menyebarkan kuesioner yang berisi pertanyaan tertutup sebanyak 100 responden.

Dari analisis koefisien regresi, maka persamaan regresi yang terbentuk adalah $Y = 0,145 + 0,096X_1 + 0,254X_2 + 0,347X_3 + 0,199X_4 + 0,024X_5 + 0,064X_6 + 0,806X_7$

Dari hasil uji ANOVA, menunjukkan bahwa F hitung sebesar 204,064 dengan tingkat signifikansi 0.001. karena nilai signifikansinya < 0.05 , maka cita rasa, pengalaman menjual, kebersihan tempat, karakter penjualan, keamanan area parkir, lokasi dan kenyamanan tempat, secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha kuliner.

Berdasarkan perhitungan nilai koefisien determinasi (R Square) adalah sebesar 0,938. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independent (cita rasa, pengalaman menjual, kebersihan tempat, karakter, keamanan area parkir, lokasi, dan kenyamanan tempat) terhadap variabel dependent (keberhasilan usaha kuliner) sebesar 93,8%. Dengan kata lain variabel independent (cita rasa, pengalaman menjual, kebersihan tempat, karakter, keamanan area parkir, lokasi, dan kenyamanan tempat), mampu menjelaskan sebesar 93,8% variabel dependent (keberhasilan usaha kuliner), sedangkan sisanya 6,2% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah mempunyai peranan yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Betapa tidak, disamping berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Besarnya kontribusi dari tingginya penyerapan tenaga kerja dari sector UMKM ini, yaitu sekitar 97% dari seluruh tenaga kerja nasional (profil Bisnis UMKM oleh LPPIDan BI tahun 2016). Data dari Kadin (Kamar Dagang Indonesia) menunjukkan bahwa sektor UMKM terhadap Produk Domestic Bruto (PDB) meningkat 57.84% dalam kurun lima tahun terakhir, dengan serapan tenaga kerja mengalami peningkatan dari 96.99% menjadi 97.22% pada periode yang sama.

Tabel 1. Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia

Tahun	Jumlah UMKM/unit	Pangsa (%)
2009	52.764.750	99.99
2010	54.114.821	100.53
2011	55.206.444	99.99
2012	56.534.592	99.99
2013	57.895.721	99.99

Sumber: depkop.go.id

Maka dapat diperkirakan dari 2014-2017 jumlah UMKM lebih dari 59.000.000 unit. Penyerapan tenaga kerja terjadi pada sektor informal antara lain pedagang eceran, pertanian, perikanan serta jasa kemasyarakatan.

Kegiatan sektor informal sangat berpotensi dalam penyerapan tenaga kerja secara mandiri dengan permodalan yang relatif kecil. Pedagang sektor informal adalah orang yang bermodal relatif sedikit dan berusaha di bidang produksi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan kelompok tertentu dalam masyarakat. Usaha barang dan jasa tersebut dilaksanakan di tempat-tempat yang dianggap strategis dalam suasana lingkungan yang informal (Winardi, 2000. Dalam Abd Hamid Jaya M, 2011).

Disisi lain, UMKM masih banyak sekali mengalami kendala dalam perkembangannya. Tingkat kemampuan manajerial kewirausahaan masih terbilang rendah, mahalnnya harga bahan baku, kemampuan teknologi, komunikasi serta kemampuan lainnya.

Pemerintah menyadari bahwa UMKM sangat perlu di bina dan dikembangkan karena di saat situasi dan kondisi perekonomian global mengalami kelesuan yang dahsyat, ketika krisis finansial yang terjadi pada tahun 1997, dimana banyak perusahaan-perusahaan nasional dan multinasional mengalami kebangkrutan karena melemahnya daya beli masyarakat, sehingga memicu PHK massal, pengangguranpun bertambah. Disusul dengan adanya krisis global pada tahun 2008 yang juga menghancurkan perkembangan industri di Indonesia, yang diperkirakan lebih dari 20 juta pekerja terkena PHK, justru rata-rata industri mikro kecil dan menengah mampu *survive* terhadap goncangan ekonomi tersebut.

Dengan meningkatkan posisi, peran dan fungsi UMKM dalam perekonomian nasional, maka UMKM akan menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan pembangunan ekonomi Indonesia, karena UMKM ini mampu bertahankarena sifat

alamiah usaha kecil yang fleksibel, informal, dan cepat bergerak (Prasentyantoko dan Pramono, 2006).

Salah satu penyebab dari maraknya pengangguran adalah disebabkan karena langkanya para wirausaha di Indonesia. Para pengusaha ini mampu *survive* dari kerasnya gelombang permasalahan yang dihadapi oleh bangsa Indonesia dan dunia, karena para pelaku Bisnis ini tidak terpengaruh oleh deregulasi ekonomi maupun pengaruh bunga bank yang tinggi serta nilai tukar rupiah yang terus menurun

Jumlah penduduk Indonesia yang selalu bertambah dari tahun ketahunnya. Bahkan badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) memprediksikan jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2030 akan mencapai 305,6 juta jiwa, ditambah peluang bonus demografi atau penambahan penduduk yang tinggi. Para pengusaha harus bisa melihat peluang besar ini. Dengan jumlah penduduk yang besar, dengan tingkat kesibukan perkotaan yang tinggi, dan setiap orang membutuhkan makanan atau jajanan serta kebiasaan masyarakat Indonesia yang mempunyai kebiasaan jajan atau makan yang tinggi. Maka para pebisnis mulai mengintip peluang usaha bisnis kuliner. Usaha kuliner juga tidak membutuhkan biaya yang tinggi, sehingga sangat mudah bagi masyarakat kelas menengah ke bawah untuk memulai wirausaha di bisnis kuliner ini. Bisnis kuliner pun berkembang pesat sehingga selalu muncul inovasi-inovasi baru di bidang bisnis kuliner ini.

Bisnis usaha kuliner adalah bisnis yang paling banyak diminati. Selain modalnya tidak terlalu besar bisnis ini menjanjikan keuntungan yang cukup besar. Jika di kembangkan dengan baik bisnis ini akan berpotensi memberikan sumbangsih bagi kemajuan perekonomian masyarakat, berwirausaha mandiri dan menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan kesejahteraan. Sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan taraf perekonomian Nasional.

Data Biro Pusat Statistik mencatat, pada bulan Februari 2017, tingkat pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 5,33% dengan 70,1 juta orang dari angkatan kerja yang menganggur. Dengan meningkatnya jumlah penduduk produktif aakan dapat meningkatkan jumlah tenaga kerja yang dapat berkontribusi dalam peningkatan produktivitas dalam hal berwirausaha.

Peluang dan tantangan di era globalisasi ini harus dimanfaatkan oleh wirausaha untuk mendorong semangat berwirausaha masyarakat Indonesia agar dapat menggerakkan perekonomian negara secara mandiri. Bisnis usaha kecil merupakan bisnis yang dilakukan secara tradisional, mengalir begitu saja sesuai dengan kebiasaan dan naluri pelakunya. Sebetulnya banyak pedagang kuliner di Bekasi yang sebenarnya memiliki prospek dan potensi keuntungan yang besar namun akhirnya gagal kerana perencanaan keuangan yang kurang baik.

Bisnis kuliner ini akan mampu berkembang dan mempunyai prospek yang cukup cerah dimasa yang akan datang sehingga para wirausaha perlu mempelajari apa saja faktor-faktor yang menentukan dalam keberhasilan usaha kuliner.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah karakter, pengalaman menjual, lokasi, keamanan area parkir, cita rasa dan kebersihan tempat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha kuliner di kota Bekasi, baik secara parsial maupun simultan ?
2. Diduga dari ketujuh variabel tersebut, variabel cita rasa merupakan faktor yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keberhasilan usaha kuliner di Bekasi.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui seberapa besar pengaruh karakteristik pengusaha, kebersihan tempat, lokasi, pengalaman menjual, kenyamanan tempat, keamanan area parker dan cita rasa, terhadap keberhasilan usaha kuliner.
2. Menganalisis faktor mana yang paling dominan dari ketujuh variabel diatas terhadap keberhasilan usaha kuliner di Bekasi.

KAJIAN PUSTAKA

Orientasi Kewirausahaan

Kewirausahaan berasal dari kata dasar wirausaha. Wirausaha terdiri dari dua kata yaitu Wira, yang berarti kesatria, pahlawan, pejuang, sedangkan Usaha artinya bekerja melakukan sesuatu.

Stoner dalam Jamal Ma'mur Asmani (2011) menyatakan bahwa pada dasarnya kewirausahaan bergerak dari kebutuhan dasar manusia untuk berprestasi. Kewirausahawan terbentuk dari diri seseorang inovator dan kreatifator.

Definisi yang lebih baru dikemukakan oleh Wiklund (2005:39) dan definisi Schumpeter (Carland *et al*, 1984:354) bahwa kewirausahaan adalah saling melengkapi dan ketika digabungkan definisi kewirausahaan adalah pengambilan manfaat atau keuntungan dari peluang yang ada dimana sejumlah kombinasi sumber daya memiliki pengaruh terhadap pasar.

Mengacu pada Keputusan menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha kecil Nomor 961/KEP/M/XI/1995, disebutkan bahwa :

1. Wirausaha adalah orang yang mempunyai semangat, sikap, perilaku dan kemampuan kewirausahaan.
2. Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam mengangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan serta menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Norman M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer (1993:5) mengemukakan definisi wirausaha sebagai berikut :

“An entrepreneur is one who creates a new business in the face of risk and uncertainty for the perpose of achieving profit and growth by identifying opportunities and assembling the necessaryresources to capitalize on those opportunities”.

Definisi yang lebih baru disampaikan oleh Shane dan Venkataraman (2000:218), yang menyatakan bahwa kewirausahaan adalah berkaitan dengan bagaimana peluang untuk menciptakan barang dan jasa mendatang diketemukan, dievaluasi dan dieksplotasi.

Konsep Usaha, Pengertian dan Ciri-ciri Sektor Informal

Konsep usaha sektor informal digunakan pertama kali pada tahun 1973 oleh Keirt Hard dari University of Manchester. Dalam konsepnya Hard (1973) mengungkapkan bahwa kegiatan-kegiatan sektor informal mencakup kegiatan dimana mereka aktif di bidang ini, bekerja sendiri (*self employed*). Maka pekerja sektor informal adalah orang yang bekerja kepada dan secara pribadi, perseorangan.

Sektor usaha informal merupakan bentuk usaha yang paling banyak kita temukan di masyarakat Indonesia. Bentuk usaha ini banyak dilakukan masyarakat dengan tingkat pendidikan yang minim, bermodal kecil, dilakukan oleh masyarakat golongan bawah dan umumnya tidak mempunyai tempat usaha yang tetap. Sektor usaha informal ini paling banyak diminati di Indonesia dan sangat mudah mendirikan, sehingga dengan demikian usaha ini berarti menyerap tenaga kerja dan mengurangi angka pengangguran.

Mengenai struktur informal ini, Bremen (dalam Manning, 1996) menyatakan bahwa sektor informal merupakan suatu istilah yang mencakup dalam istilah 'usaha sendiri', merupakan jenis kesempatan kerja yang kurang terorganisir, sulit dicacah, sering dilupakan dalam sensus resmi, persyaratan kerjanya jarang dijangkau oleh aturan-aturan hukum. Mereka adalah kumpulan pedagang, pekerja yang tidak terlihat dan tidak terampil, serta golongan-golongan lain dengan pendapatan rendah dan tidak tetap, hidupnya serba susah dan semi kriminal dalam batas-batas perekonomian kota.

Adapun ciri-ciri sektor informal menurut Urip Soewarno dan Hidayat (1979:38), adalah sebagai berikut :

1. Aktifitas pada sektor ini tidak terorganisir secara baik karena timbulnya tidak melalui institusi yang ada pada perekonomian modern.
2. Karena kebijakan pemerintah tidak sampai pada sektor ini, maka sector informal tidak memiliki hubungan langsung dengan pemerintah.
3. Pada umumnya setiap unit usaha tidak memiliki izin usaha dari pemerintah.
4. Pola kegiatan tidak teratur dengan baik dalam arti tempat dan jam kerja.
5. Unit usaha pada sektor ini mudah untuk masuk dan keluar dari sektor ke sektor lain.
6. Karena modal dan peralatan serta perputaran usaha relative kecil, maka skala operasi unit usaha ini kecil pula.
7. Teknologi yang digunakan termasuk ke dalam teknologi yang sederhana.
8. Untuk mengelola usaha tidak diperlukan tingkat pendidikan tertentu, serta keahliannya didapat dari system pendidikan non formal dan pengalaman.
9. Unti usaha ini termasuk ke dalam *one man enter prise* atau kalau memiliki buruh, maka buruh berasal dari lingkungan keluarga atau disebut juga *family enterprise*.
10. Sumber dana untuk modal tetap atau modal kerja kebanyakan berasal dari tabungan sendiri dan dari sumber keuangan tidak resmi.
11. Hasil produksi dan jasa dari sektor ini terutama dikonsumsi oleh golongan masyarakat miskin dan kadang-kadang oleh golongan menengah.

Aspek yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Sektor Informal

1. Aspek Keuangan

Aspek keuangan atau modal kerja adalah salah satu faktor penunjang keberhasilan sektor usaha informal. Modal kerja adalah merupakan dana yang dibutuhkan untuk modal awal serta kelangsungan hidup usaha untuk mendatangkan keuntungan. Modal kerjayang dimiliki oleh usaha sector informal relative kecil dan diperoleh dari tabungan sendiri atau pinjaman dari keluarga maupun sumber keuangan tidak resmi.

Untuk mengukur aspek keuangan usaha sector informal ada 9 (Sembilan) indikator yang digunakan, yaitu : penjualan, tingkat keuntungan dan akumulasi modal, membedakan pengeluaran pribadi/keluarga dari pengeluaran usaha, akumulasi keuntungan yang besar digunakan untuk menambah asset/harta, membedakan besarnya uang yang dimiliki untuk keperluan modal kerja dan pembelian alat-alat, penghematan untuk menekan pengeluaran pribadi dan ekspansi usaha (Asdar dan Syamsu Alam, 2006).

2. Aspek Pemasaran

Kotler (2009) menyatakan pendapatnya bahwa, manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Indikator yang digunakan untuk mengukur aspek pemasaran adalah penawaran barang dari pelanggan tersedia, harga, memperhatikan saran atau keluhan konsumen, ketersediaan barang, kegiatan promosi dan kemungkinan mencari pasar yang baru.

3. Aspek Sumber Daya Manusia

Usaha sektor informal mencirikan bahwa kualitas sumber daya manusia memegang peranan yang sangat dominan (Arief, 1996). Indikator yang digunakan untuk mengukur aspek sumber daya manusia adalah, jiwa kepemimpinan, pengalaman dalam dunia usaha, keahlian dan keterampilan tenaga kerja, umur pekerja dan tingkat produktifitas.

Kinerja dan Pengukuran

Kinerja adalah suatu tampilan keadaan secara utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu, yang merupakan atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber-sumber daya yang dimiliki (Helfert:1996).

Mulyadi (2001) menyatakan bahwa kinerja adalah penentuan secara periodik efektivitas operasional organisasi, bagian organisasi dan karyawannya berdasarkan sasaran, standard and kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya.

Maka dapatlah dikatakan bahwa keberhasilan usaha merupakan akumulasi keberhasilan bisnis dalam mencapai tujuannya, dimana keberhasilan tersebut didapatkan dari wirausaha yang dapat mengelola aspek usahanya sehingga dapat berjalan sinkron dengan aspek-aspek lainnya.

Dalam pengukuran kinerja usaha sektor informal, terdapat 6 indikator yang valid digunakan sebagai acuan keberhasilan kinerja usaha kecil yaitu modal awal

sewaktu memulai usaha, jumlah modal sekarang, rata-rata omzet per hari, jumlah pengeluaran dan pengadaan barang, biaya retribusi, dan sumber modal pinjaman.

Terdapat penelitian empiris yang mendukung bahwa keberhasilan usaha, diantaranya adalah Dyan Vidyatmoko (2015), dalam penelitiannya memaparkan bahwa kesuksesan wirausaha dipengaruhi oleh beberapa faktor dominan, faktor psikologis diantaranya adalah lamanya usaha, pengalaman, lokasi dan skala usaha. Beberapa pengusaha pasti pernah mengalami kegagalan dalam menjalankan usaha, namun kegagalan tersebut justru menjadikan suatu tantangan tersendiri bagi mereka.

Kerangka Pemikiran

Jika kita jeli memperhatikan keadaan di sekitar kita, begitu banyak wirausaha yang terjun ke bisnis kuliner ini, mulai dari yang kecil kecilan hingga usaha yang bertaraf *restaurant*. Ini disebabkan bisnis kuliner ini menjanjikan keuntungan yang lumayan baik serta mengingat bisnis ini merupakan bisnis untuk pemenuhan kebutuhan pangan yang menjadi sumber kebutuhan primer manusia. Bisnis inipun memiliki peluang untuk berkembang dengan pesat sering laju pertumbuhan penduduk atau bonus demografi, serta kebutuhan jaman di perkotaan yang lebih banyak bekerja di kantor sehingga tidak mempunyai banyak waktu untuk memasak di rumah ataupun kebutuhan hanya sekedar memanjakan lidah.

METODE PENELITIAN

Subjek, Waktu dan Tempat Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah para wirausaha yang dianggap berhasil dalam menjalankan bisnisnya dan telah beroperasi dan mampu survive menjalankan bisnisnya lebih dari 5 (lima) tahun di Kota Bekasi. Penelitian dilakukan dalam jangka waktu 3 (tiga) bulan terhitung April-Juni 2018.

Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian dengan pendekatan deskriptif, yaitu metode penelitian dengan cara mengumpulkan (identifikasi), menjelaskan, menganalisis data yang penulis peroleh di lapangan dan menggali permasalahan yang ada, dengan tujuan memperoleh pengetahuan yang nyata dan akurat serta dapat dijadikan acuan bagi para wirausaha kuliner.

Analisis deskriptif responden dilakukan dalam dua hal yakni : analisis profil responden yaitu menggambarkan gambaran secara umum dengan menggunakan data setiap responden yang dikelompokkan dalam daftar isian dalam kuesioner, misalnya usia, jenis kelamin, pendidikan terakhirdanlatar belakang keluarga. Data yang dipakai adalah jumlah dan persentase data deskriptif responden ini maka dapat ditarik suatu kesimpulan tentang karakteristik pelaku usaha UMKM di wilayah Bekasi yang di dapatkan dari jawaban responden terhadap pertanyaan yang diajukan mengenai karakteristik pengusaha, cita rasa, kebersihan tempat, lokasi, pengalaman menjual, keamanan area parkir.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah UMKM yang tersebar di Kota Bekasi, yaitu para pemilik usaha kuliner yang telah menjalankan usaha lebih dari 5 tahun yang usahanya masih bergerak dalam sektor informal, yang berlokasi di sepanjang jalan R.A. Kartini dan jalan Mayor Oking Bekasi. "Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan" (Sugiyono, 2003). Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, pengambilan sampel dilakukan dengan menyebar kuesioner sebanyak 100 responden yaitu para pemilik usaha kuliner di Kota Bekasi.

Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini penulis melakukan pengumpulan data dengan cara Instrumen kuesioner yaitu dengan menyebarkan kuesioner tertutup kepada responden sebanyak 100 responden yaitu para pemilik usaha kuliner di Kota Bekasi.

Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan menggunakan metode survey dan kuesioner. Kuesioner digunakan untuk mendapatkan data tanggapan responden terhadap suatu pernyataan dalam kuesioner. Pernyataan dalam kuesioner dikembangkan dari indikator pada masing-masing variable penelitian dimana pernyataan tersebut memiliki alternatif jawaban dalam 6 poin skala likert yaitu dari sangat tidak setuju dengan nilai 1 sampai dengan sangat setuju dengan nilai 6.

Operasional Variabel Penelitian dan Hipotesis

Dalam operasional variable perlu dijelaskan secara teoritis variabel bebas dan variabel terkait antara lain :

1. Variable Dependen (Y)

Dalam penelitian ini yang menjadi variable dependen yaitu factor-faktor penentu keberhasilan usaha, yang dinilai dari beberapa dimensi keberhasilan, yaitu :

- a. Faktor Karakter. Dalam penelitian ini secara psikologis dapat memberi gambaran apakah pelaku usaha dapat memisahkan keuangan bisnis dengan keuangan pribadi. Jika pelaku bisnis mampu mengolah dengan baik sehingga dapat pula menjadi sumber informasi bagi bisnis yang dijalankan.
- b. Faktor kebersihan tempat. Merupakan suasana yang dapat diciptakan oleh pemilik kuliner karena hal ini dapat menjadikan gambaran tingkat kehygienisan atau kebersihan makanan yang dihidangkan.
- c. Faktor lokasi. Adalah sebuah indikator meningkatnya pendapatan suatu usaha, karena lokasi yang strategis dapat memudahkan pelanggan datang ke warung. Dalam strategi bisnis, adanya pemilihan lokasi usaha yang strategis menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan sebuah usaha. Makin strategis tempat usaha yang dipilih, semakintinggi pula tingkat penjualan dan berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha. Sebaliknya, jika lokasi usaha yang dipilih tidak strategis, maka penjualan pun juga tidak akan terlalu baik.
- d. Pengalaman menjual. Walaupun dalam kajian teoritis tidak ada buku yang membahas bahwa lama usaha merupakan fungsi dari pendapatan, namun dalam aktifitas sektor informal dengan semakin berpengalamannya seorang pedagang,

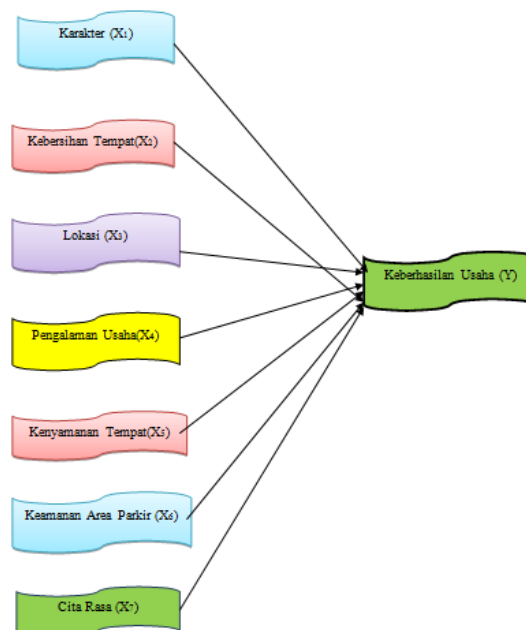
maka semakin meningkatkan kualitas pelayanannya, yang berujung pada peningkatan pendapatan usaha.

- e. Faktor kenyamanan tempat usaha. Faktor kenyamanan tempat ini merupakan faktor yang tidak boleh diabaikan oleh pemilik usaha kuliner. Sebab dengan kenyamanan tempat usaha akan mengundang pelanggan dan menumbuhkan selera makan konsumen.
 - f. Faktor Keamanan area parkir. Merupakan hal yang tidak boleh luput dari pengawasan para pemilik bisnis kuliner ini. Keamanan area parkir merupakan bentuk tanggungjawab owner terhadap pelanggannya.
 - g. Faktor cita rasa masakan. Cita rasa adalah suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (*taste*) makanan tersebut. Cita rasa yang dapat diterima oleh kebanyakan lidah masyarakat, merupakan suatu strategi untuk meningkatkan jumlah pelanggan.
2. Variabel Independen (X).

Variable independen merupakan variable yang mempengaruhi variable dependen. Dalam penelitian ini variable independennya adalah Keberhasilan Usaha.

Skema Kerangka Konseptual

Gambar 1. Skema Kerangka Konseptual



Hipotesis

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut :

- a. Diduga ketujuh variabel yakni : karakteristik dasar pengusaha(X₁) yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, latar belakang pendidikan, lama usaha, dan latar belakang keluarga), kebersihan tempat(X₂), lokasi usaha(X₃) pengalaman

menjual(X_4) kenyamanan tempat usaha(X_5) keamanan area parker (X_6) dan cita rasa (X_7),berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha kuliner di Kota Bekasi.

- b. Patut diduga bahwa faktor cita rasa(X_7), merupakan pengaruh yang paling dominan terhadap keberhasilan usaha kuliner di Kota Bekasi.

Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data penelitian ini, penulis menggunakan empat metode, yaitu :

- a. Uji Validitas
- b. Uji Reliabilitas
- c. Analisis Regresi Linear Berganda

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Data penelitian awal adalah menggambarkan karakteristik umum responden dalam penelitian, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Karakteristik Umum Responden

KATEGORI	KETERANGAN	JUMLAH	%
Usia	1. \leq 30 tahun	31	31.0%
	2. 31 - 50 tahun	63	63.0%
	3. $>$ 50 tahun	6	6.0%
Jenis Kelamin	1. Laki-laki	21	21%
	2. Perempuan	79	79%
Pendidikan Terakhir	1. SLTP	2	2.0%
	2. SLTA	30	30%
	3. DIPLOMA	29	29%
	4. S1	36	36%
	5. S2	3	3%
Lama Usaha	$<$ 5 tahun	34	34%
	5 – 15 tahun	44	44%
	15- 25 tahun	12	12%
	25 tahun	10	10%
Latar Belakang Keluarga	Pengusaha	53	53%
	Bukan Pengusaha	47	47%

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2018)

Dari tabel tersebut diketahui bahwa data pemilik UMKM berusia dengan interval 31sampai 50 tahun yaitu sebesar 63%. Pemilik UMKM wanita lebih banyak dibandingkan pria dengan perbandingan wanita sebesar 79% dan Laki-laki sebesar 21%. Sedangkan tingkat pendidikan pemilik UMKM kuliner ini terlihat 36% tingkat pendidikan adalah Sarjana (S1). Hal ini menandakan bahwa umumnya para pemilik usaha UMKM ini kebanyakan wanita, berusia produktif dengan tingkat pendidikan yang baik (S1). Dari sebaran kuesioner pula menunjukkan bahwa lama usaha kuliner yang dijalankan pengusaha selama kurang dari 5 tahun sebanyak 34%, sedangkan

responden yang telah menjalankan usahanya selama 5-15 tahun sebanyak 44% responden, sedangkan pengusaha yang telah menjalankan usahanya 15-25 tahun sebanyak 12% responden, dan yang lebih dari 25 tahun adalah sebanyak 9% responden. Sedangkan pengusaha dengan latar belakang keluarga berasal dari keluarga pengusaha yakni sebesar 53%, sisanya 47% berasal dari bukan pengusaha.

Tabel 2. Tabel Uji Validitas dan Reliabilitas

Butir Pertanyaan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Corrected > r table	Keterangan
A1	0,415	0,415 > 0,244	Valid
A2	0,858	0,858 > 0,244	Valid
A3	0,820	0,820 > 0,244	Valid
A4	0,838	0,838 > 0,244	Valid
A5	0,839	0,839 > 0,244	Valid
A6	0,594	0,594 > 0,244	Valid
B1	0,772	0,772 > 0,244	Valid
B2	0,831	0,831 > 0,244	Valid
B3	0,856	0,856 > 0,244	Valid
C1	0,874	0,874 > 0,244	Valid
C2	0,835	0,835 > 0,244	Valid
C3	0,878	0,878 > 0,244	Valid
D1	0,680	0,680 > 0,244	Valid
D2	0,667	0,667 > 0,244	Valid
D3	0,595	0,595 > 0,244	Valid
E1	0,681	0,681 > 0,244	Valid
E2	0,884	0,681 > 0,244	Valid
E3	0,818	0,818 > 0,244	Valid
E4	0,847	0,847 > 0,244	Valid
E5	0,926	0,926 > 0,244	Valid
E6	0,721	0,721 > 0,244	Valid
E7	0,589	0,589 > 0,244	Valid
F1	0,849	0,849 > 0,244	Valid
F2	0,857	0,857 > 0,244	Valid
F3	0,878	0,878 > 0,244	Valid
F4	0,843	0,843 > 0,244	Valid
F5	0,935	0,935 > 0,244	Valid
G1	-0,172	-0,172 < 0,244	Tidak Valid
G2	0,742	0,742 > 0,244	Valid
G3	0,818	0,818 > 0,244	Valid
G4	0,898	0,898 > 0,244	Valid
G5	0,001	0,001 < 0,244	Tidak Valid
G6	0,515	0,515 > 0,244	Valid
H1	0,874	0,874 > 0,244	Valid
H2	0,811	0,811 > 0,244	Valid
H3	0,888	0,888 > 0,244	Valid
H4	0,871	0,871 > 0,244	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2018)

Dari tabel 2 uji validitas di atas, menunjukkan bahwa dari 37 item pertanyaan, ada 2 pertanyaan yang dinyatakan tidak valid dan 35 pertanyaan yang valid.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Keterangan
0,976	37	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2018)

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel uji reliabilitas maka terlihat bahwa *CronbachAlpha* adalah sebesar 0,976 > 0,6. Jika koefisien *cronbach's Alpha* sama dengan atau lebih 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa konstruk pernyataan dari seluruh variable adalah reliable.

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil uji pengolahan data dengan menggunakan bantuan *software* SPSS 20, maka diperoleh hasil perhitungan regresi linear berganda sebagai berikut :

Tabel 4. Hasil Regresi Linear Berganda

<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
B	<i>Std. Error</i>	Beta		
0,144	0,470		0,306	0,760
0,095	0,042	0,145	2,259	0,026
0,253	0,086	0,198	2,944	0,004
0,348	0,126	0,258	2,769	0,007
0,199	0,054	0,141	3,661	0,000
0,023	0,056	0,042	0,412	0,681
0,064	0,057	0,083	1,114	0,268
0,805	0,077	0,738	10,404	0,000

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2018)

Dari tabel Regresi Linear berganda diperoleh output : $Y = 0,144 + 0,095X_1 + 0,253X_2 + 0,348X_3 + 0,199X_4 + 0,023X_5 + 0,064X_6 + 0,805X_7$

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel karakter (X_1), kebersihan tempat (X_2), lokasi (X_3), pengalaman menjual (X_4), kenyamanan tempat (X_5), keamanan area parkir (X_6) dan cita rasa (X_7) terhadap keberhasilan usaha kuliner. Dari tabel 5 hasil regresi linear berganda, diperoleh hasil bahwa karakter, kebersihan tempat, lokasi, pengalaman menjual dan cita rasa secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha kuliner, hal ini dapat dilihat pada hasil signifikannya yang lebih kecil dari 0,05. Sedangkan variabel kenyamanan tempat (X_5) dan keamanan area parkir (X_6) tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha kuliner, hal ini terlihat dari hasil signifikannya yang lebih besar dari 0,05.

Dengan menggunakan program computer SPSS, maka diperoleh hasil output sebagai berikut :

Tabel 5. Hasil ANOVA

No	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	<i>Regression</i>	227,592	7	32,513	204,065	0,001 ^a
2	<i>Residual</i>	14,658	92	0,159		
3	Total	242,250	99			

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2018)

Dari tabel 5 hasil uji ANOVA, menunjukkan F hitung sebesar 204,065 dengan tingkat signifikansi 0,001. Karena nilai signifikansinya < 0,05 maka cita rasa, pengalaman menjual, kebersihan tempat, karakter, keamanan area parker, lokasi dan kenyamanan tempat, secara bersama-sama berpengaruh terhadap keberhasilan usaha kuliner.

Tabel 6. Tabel Hasil Uji R² Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,969 ^a	0,939	0,935	0,39916

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas nilai koefisien determinasi (*R Square*) adalah 0,939. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel *independent* (cita rasa, pengalaman menjual, kebersihan tempat, karakter, keamanan area parkir, lokasi, dan kenyamanan tempat) terhadap variabel *dependent* (keberhasilan usaha kuliner) sebesar 93,9%. Atau variabel *independent* (cita rasa, pengalaman menjual, kebersihan tempat, karakter, keamanan area parkir, lokasi, dan kenyamanan tempat), mampu menjelaskan sebesar 93,9% variabel *dependent* (keberhasilan usaha kuliner), sedangkan sisanya 6,1% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain.

Tabel 7. Tabel Kontribusi Parsial

Variable Independen	Beta (β)	r	B x r	Kontribusi
Karakter	0,145	0,159	0,023	9,389%
Kebersihan tempat	0,198	0,145	0,029	11,838%
lokasi	0,258	0,076	0,020	8,162%
Pengalaman menjual	0,141	0,044	0,063	25,173%
Kenyamanan tempat	0,042	0,065	0,003	1,224%
Keamanan area parkir	0,083	0,117	0,010	4,082%
Cita rasa	0,738	0,131	0,097	39,593%
			0,245	100%

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2018)

Berdasarkan data tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa dari ketujuh variabel tersebut, ternyata variabel cita rasa memiliki prosentase kontribusi terbesar terhadap minat konsumen untuk membeliyaitu sebesar 39,593%. Ini berarti bahwa variable yang paling dominan terhadap keberhasilan usahakuliner tersebut adalah variabel cita rasa.

Pembahasan

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variable karakter, kebersihan tempat, lokasi, pengalaman menjual, kenyamanan tempat, keamanan area parkir dan cita rasa, secara bersama-sama berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Variabel karakter, kebersihan tempat, lokasi, pengalaman menjual berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Sedangkan variable kenyamanan tempat dan kenyamanan parkir tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Dengan demikian maka hipotesis pertama yang menyatakan ada pengaruh antara ketujuh variable terhadap keberhasilan usaha tidak terbukti.

Cita rasa adalah variable yang paling dominan terhadap keberhasilan usaha. Hal ini ditunjukkan pada hasil persamaan regresi dimana nilai koefisien variable cita rasa lebih besar dibandingkan dengan variable lainnya yaitu sebesar 0,805. Dengan demikian maka hipotesis kedua yang menyatakan variable yang paling dominan adalah cita rasa, diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tersebut diatas, maka diharapkan para wirausaha kuliner dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha kuliner. Meskipun dalam penelitian ini faktor cita rasa merupakan faktor yang paling dominan, bukan berarti pula faktor lainnya kita kesampingkan dan dianggap tidak penting.

Saran

Penulis memberikan beberapa saran terhadap beberapa komponen sebagai berikut :

1. Pengusaha kuliner diharapkan mampu mengembangkan usahanya kearah lebih baik dengan memperhatikan factor-faktor lainnya, kendati faktor cita rasa merupakan factor yang paling dominan.
2. Bagi yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut, diharapkan untuk memperbanyak variable atau menambah jumlah responden agar hasil penelitian lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Asdar, M. dan Syamsu Alam. 2006. *Sektor Informal, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Hasanudin University Press. Makassar
- Breman. 1991. *The Informal Sector in Research: Theory and Practice*. Rotterdam. The Comparative Asian Studies Programme (CASP), University of Rotterdam. Rotterdam
- Effendi. 1993. Tajuddin Noer, *Sumber Daya Manusia, Peluang Kerja dan Kemiskinan*. Tiara Wacana. Yogyakarta
- Hart, Keith. 1973. *Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana*. Journal of Modern African Studies
- Helfert, Erich A. 1996. *Teknik Analisis Keuangan (Petunjuk Praktis Untuk Mengelola dan mengukur Kinerja Perusahaan)*. Edisi 8. Erlangga. Jakarta

- Hidayat, Soewarno Urip. 1978. *Pengembangan Sektor Informal Dalam Pembangunan Nasional: Masalah dan Prospek*. PPESM. Fakultas Ekonomi Pajajaran. Bandung
- Jamal Ma'mur Asmani. 2011. *Sekolah Entrepreneur*. Harmoni. Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2009. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ketiga. PT. Prenhallindo. Jakarta
- Lee, William. 2011. *Manajemen keuangan Usaha kecil*. Sinar Ilmu Publishing. Yogyakarta
- Mulyadi. 2001. *Balance Scorecard. Alat Manajemen Kontemporer untuk Pelipat Ganda Kinerja Keuangan Perusahaan*. Edisi Kedua. Cetakan Kesatu. Salemba Empat. Jakarta
- Manning, Chris dan Tadjuddin Noer Effendi. 1996 *Urbanisasi, Pengangguran dan Sektor Informal di Kota*. Edisi Ke 3. Yayasan Obor. Yogyakarta.
- Priyono, Eddy. 2006. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Memilih Kafe di Kota Surakarta*. *Jurnal Ilmiah dan Ilmu Ekonomi*. Vol 10. No.1. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Pusat Bahasa Depdiknas. Bandung
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Vidyatmoko, Diyan, &A. Husni. 2015. Faktor Utama Kesuksesan Wirausaha di Industri Pangan. *Jurnal manajemen Teknologi*. Vol 14 No1
www.depkop.go.id