

**FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI
KEBERHASILAN USAHA
PEMEGANG USAHA WARALABA**
(Studi Kasus Pada Waralaba Makanan dan Minuman
Lokal di Kota Semarang)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Progam Sarjana (S1)
pada program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

RIZKI PAMUNGKAS
NIM. C2A009215

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG 2014**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Rizki Pamungkas

Nomor Induk Mahasiswa : C2A009215

Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Manajemen

Judul Penelitian Skripsi : FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEBERHASILAN
USAHA PEMEGANG USAHA WARALABA
(Studi Kasus Pada Usaha Waralaba Kuliner
Makanan dan Minuman Lokal di Kota
Semarang)

Dosen Pembimbing : Rizal Hari Magnadi SE, MM

Semarang, 18 Juni 2014
Dosen Pembimbing

Rizal Hari Magnadi SE, MM
NIP : 198404302009232006

PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Rizki Pamungkas

Nomor Induk Mahasiswa : C2A009215

Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Manajemen

Judul Penelitian : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEBERHASILAN USAHA PEMEGANG USAHA
WARALABA (Studi Kasus Pada Usaha Waralaba
Makanan dan Minuman Lokal di Semarang).

Telah dinyatakan lulus pada tanggal 30 Juni 2014

Tim Penguji :

1. Rizal Hari Magnadi, SE, MM (.....)

2. Dr.. Harry Soesanto, MMR (.....)

3. Sri Rahayu Tru Astuti SE, MM (.....)

PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya Rizki Pamungkas menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERHASILAN USAHA PEMEGANG USAHA WARALABA (Studi Kasus Pada Pemegang Usaha Waralaba Kuliner Makanan dan Minuman di Kota Semarang)” adalah tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian saya terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 18 Juni 2014

Yang membuat pernyataan,

Rizki Pamungkas
NIM : C2A009215

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*SESONGGUHNYA BERSAMA KESULITAN ADA KEMUDAHAN MAKA APABILA
ENKRAU TELAH SELESAI (DARI SUATU URUSAN) TETAPLAH BEKERJA KERAS
(UNTUK URUSAN YANG LAIN) DAN HANYA KEPADA TUHANMULAH ENKRAU
BERHARAP*

(QS, AL-INSYIRAH : 6-8)

"If I fail, I'll try again, and again and again. But I
want to tell you. IT'S NOT THE END

(NICK VUJICIC)

"YOU CAN IF YOU THINK YO CAN"

(NORMAN VINCENT PEALE)

**"Buatlah Rencana Hidupmu Sendiri atau Selamanya
Kamu Akan Menjadi Rencana Hidup Orang Lain"**

(Rangga Umara)

Skripsi ini saya persembahkan

Untuk Kedua orang tua saya

Kedua kakak saya

Dan orang-orang yang jadi motivasi buat saya

ABSTRAKSI

Bisnis waralaba (franchise) kini semakin berkembang di Indonesia. Hal ini dikarenakan Indonesia yang berpenduduk lebih dari 200 juta jiwa yang merupakan peluang pasar bagi pebisnis waralaba. Salah satu jenis waralaba yang sedang berkembang saat ini adalah kategori waralaba makanan dan minuman lokal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh karakteristik usaha, lokasi usaha dan kemampuan manajerial terhadap keberhasilan usaha waralaba di Semarang. Dan menganalisa faktor yang paling dominan dalam keberhasilan suatu usaha waralaba.

Populasi pada penelitian ini adalah pemegang usaha waralaba di wilayah Semarang. Sampel yang diambil sebanyak 82 responden dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan pendekatan *Accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu pemegang usaha waralaba di wilayah Semarang.

Hasil penelitian berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan berdistribusi normal. Hasil analisis selanjutnya membuktikan bahwa ketiga variabel dalam penelitian ini, variabel karakteristik usaha menunjukkan hasil paling dominan dalam pengaruh keberhasilan usaha dengan koefisien regresi sebesar 0,362 di ikuti dengan variabel lokasi usaha dengan koefisien regresi sebesar 0,336 dan variabel karakteristik wirausaha dengan koefisien regresi sebesar 0,296. Hasil penelitian tersebut bahwa semua variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha melalui uji F dan uji T, sedangkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,524 menunjukkan 52,4% variasi keberhasilan usaha waralaba di Semarang dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut, sisanya 47,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar penelitian.

Kata kunci : Karakteristik Usaha, Lokasi Usaha, Kemampuan Manajerial dan Keberhasilan Usaha

ABSTRACT

Business franchise (franchise) is now growing in Indonesia. This is because in Indonesia with a population of over 200 million people who have the biggest market opportunity. One type of franchise that is being developed at this time is the category of food and beverage franchise locally. This study aims to determine the influence of to determine the influence of business characteristic, business location, and management ability about success business franchising in Semarang. And to analysis the dominant factor in a successful business franchising in Semarang.

The populations used in this study iis the holder of franchise business in Semarang. Samples taken are as many as 82 respondents, by using Non-Probability Sampling method and Accidental Sampling approaches, that is the sample determination method based on coincidence, which are the holders of franchise business in Semarang.

According to the stastictical data analysis, the outcome is that the indicators used in this study are valid and the variables are reliable. The classical assumption test, that is multicollinearity regression model, indicate that there is no hsteroscedasticity, and the distribution is normal. Furtheemore, the analysis result proves the three variable in this study business characteristic variable indicated the most dominant result in business success influence . with regression coefficient of 0,362 followed by business location variable with a regression coefficient of 0,336. and bussines characteristic with a regression coefficient 0,296. Those result indicate that all of the independenrt variable affect positively and significancely toward the business through the F-test and T-test, while the Adjusted R-square value of 0,524 indicate that 52,4% of franchise business variable. In Semarang could be explained by yhose three independent variables, and the remaining 47,6% is explained by the other factors outside the study.

Keyword : *Business characteristic, business location and management ability and successful business*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkat dan limpahan rahmat-Nya dan Nabi Muhammad S.A.W sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERHASILAN USAHA PEMEGANG USAHA WARALABA” (Studi Kasus Pada Pemegang Usaha Waralaba Makanan dan Minuman Lokal di Kota Semarang).**

Penulis menyadari bahwa terselesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk, dan saran dari semua pihak. Untuk itu, penulis dengan kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Drs. Mohammad Nasir, M.si., Akt., Ph.d selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Bapak Rizal Hari Magnadi, SE.,M.M selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan sangat sabar dalam membimbing dan memotivasi penulis selama pembuatan skripsi ini

3. Bapak Drs. H. Mustafa Kamal., M.M selaku dosen wali yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.
4. Segenap dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro atas tambahan pengetahuan dan pembelajaran hidup penulis dapatkan selama kegiatan perkuliahaan.
5. Segenap karyawan dan staf TU Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah membantu dalam proses administrasi selama perkuliahaan.
6. Segenap karyawan perpustakaan Universitas Diponegoro dan perpustakaan Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang dengan sangat ramah membantu dalam pencarian jurnal, majalah, referensi skripsi, yang diperlukan penulis.
7. Kedua orang tua saya Sri Hono HW dan Titik Dwi Jatie yang telah memberi semangat, dukungan, kasih sayang, dan doa menyelesaikan skripsi ini.
8. Kedua kakak saya Setyo Anggraini dan Rena Dwi Asri yang telah memberi masukan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Untuk Merida Sukma Praptiwi S, Psi. Terimakasih buat dukungan dan motivasinya selama ini.
10. Untuk teman-teman Manajemen R2 2009 Awang, Deri, Irvan, Alvin Pakde, Ganesha, Rizal, Sandi, Loudi, Kliwon, Mayang dan masih

banyak lagi terimakasih atas bantuan dan dukunganya selama ini.
Sampai bertemu lagi di puncak.

11. Terima kasih untuk teman-teman KKN Desa Brokoh : Rima, Ruri, Yandi
12. Seluruh responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan peneliti di masa datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat berguna bagi pembaca, penelitian selanjutnya dan Almamater Universitas Diponegoro.

DAFTAR ISI

	Halaman
Judul.....	i
Persetujuan Skripsi	ii
Pengesahan Kelulusan Uji	iii
Pernyataan Keorisinilan Skripsi	iv
Motto dan Persembahan	v
Abstraksi	vi
Abstract	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi
Bab I : Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Peneltian	14
1.3.1 Tujuan Penelitian	14
1.3.2 Manfaat Teoritis Peneletian	15
1.4 Sistematika Penelitian	15
Bab II : Telaah Pustaka	
2.1 Keberhasilan Usaha	16

2.1.1 Definisi Keberhasilan Usaha	16
2.1.2 Indikator Keberhasilan Usaha	19
2.2 Karakteristik Wirausaha.....	20
2.2.1 Definisi Karakteristik Wirausaha	20
2.2.2 Indikator Karakteristik Wirausaha	22
2.2.3 Hubungan Karakteristik Wirausaha dengan Keberhasilan Usaha.....	24
2.3 Lokasi Usaha	25
2.3.1 Definisi Lokasi Usaha	25
2.3.2 Indikator Lokasi Usaha	26
2.3.3 Hubungan Lokasi Usaha dengan Keberhasilan Usaha.....	26
2.4 Kemampuan Manajerial	29
2.4.1 Definisi Kemampuan Manajerial	29
2.4.2 Indikator Kemampuan Manajerial	31
2.4.3 Hubungan Kemampuan Manajerial dengan Keberhasilan Usaha	32
2.5 Kerangka Pemikiran	34
2.6 Hipotesis	35

Bab III : Metode Penelitian

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	36
3.1.1 Variabel Penelitian	36
3.1.1.1 Variabel Independen Karakteristik Wirausaha	37
3.1.1.2 Variabel Independen Lokasi Usaha	38
3.1.1.3 Variabel Independen Kemampuan Manajerial.....	39

3.1.1.4 Variabel Dependen Keberhasilan Usaha.....	39
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	40
3.2 Populasi dan Sampel	42
3.3 Jenis dan Sumber Data	45
3.4 Metode Pengumpulan Data.	47
3.5 Metode Analisis	48
3.5.1 Analisis Kualitatif	48
3.5.2 Analisis Kuantitatif	49
3.5.2.1 Uji Validitas dan Realibilitas.....	50
3.5.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	51
1. Uji Normalitas.....	51
2. Uji Multkolinearitas.....	52
3. Uji Heteroskedastisitas.....	52
3.5.2.3 Statistik Deskriptif	53
3.5.2.4 Analisis Regresi	53
3.5.3 Alat Analisis	54
3.5.3.1 Uji – F	54
3.5.3.2 Uji – T.....	55
3.5.3.3 Koefisien Determinasi.....	56

Bab IV : Hasil dan Pembahasan

4.1 Gambaran Umum Responden.....	58
4.1.1 Karakterisk Responden Berdasarkan Domisili	58
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.1.3 Karakteristik Responden Bedasarkan Umur	59

4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	60
4.2 Hasil Penelitian	61
4.2.1 Uji Validitas dan Realibitas	61
4.2.1.1 Uji Validitas	61
4.2.1.2 Uji Realibitas	62
4.2.2 Analisis Deskriptif	63
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	72
4.2.4 Uji Kelayakan Model	75
4.3 Pembahasan	78

Bab V : Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	:	Tabel Pertumbuhan Waralaba.....	3
Tabel 1.2	:	Tabel Jumlah Kegagalan Waralaba.....	7
Tabel 1.3	:	Tabel Permasalahan-Permasalahan Usaha.....	8
Tabel 2.1	:	Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 2.2	:	Rumus Pengambilan Sample Hair.....	43
Tabel 4.1	:	Jenis Kelamin Responden.....	58
Tabel 4.2	:	Umur Responden.....	60
Tabel 4.3	:	Lama Pengelolaan Usaha.....	60
Tabel 4.4	:	Hasil Pengujian Validitas	61
Tabel 4.5	:	Tabel Penhujian Realibilitas.....	62
Tabel 4.6	:	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Karakteristik Wirausaha,.....	64
Tabel 4.7	:	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Lokasi Usaha.....	67
Tabel 4.8	:	Tanggapan Responden Terhadap Kemampuan Manajerial.....	68
Tabel 4.9	:	Pernyataan Responden Terhadap Variabel Keberhasilan Usaha.....	70
Tabel 4.10	:	Hasil Uji Multikolinearitas	75
Tabel 4.11	:	Hasil Uji F	77
Tabel 4.12	:	Hasil Uji Determinasi Model	78
Tabel 4.13	:	Uji- t.....	7

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	:	Statistik Keberhasilan Usaha.....	7
Gambar 2.1	:	Krangka Pemiliran Teoritis.....	34
Gambar 4.1	:	Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram).....	73
Gambar 4.2	:	Hasil Uji Normalitas (Grafik Normal P=P Plot).....	74
Gambar 4.3	:	Hasil Uji Heteroskedastisitas (Grafik Scatter Plot).....	76

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jumlah pengusaha yang ada di Indonesia bisa dikatakan kurang dari teori ekonomi yang disepakati di seluruh dunia. Teori tersebut mengatakan bahwa negara tidak akan maju kalau jumlah pengusahanya tidak mencapai dua persen. David McClelland yang mengemukakan bahwa suatu negara bisa menjadi makmur bila ada entrepreneur sedikitnya 2% dari jumlah penduduk. Negara-negara maju memiliki jumlah entrepreneur lebih dari angka itu. Sebagai contoh, jumlah wirausaha di Amerika Serikat sudah mencapai 11,5 hingga 12 persen dari seluruh jumlah penduduk, di Singapura tujuh persen, China dan Jepang 10 persen, India tujuh persen, dan Malaysia tiga persen. Menurut Biro Pusat Statistik jumlah data persentase entrepreneur dari total penduduk Indonesia pada tahun 2012 masih sekitar 1,56%. Oleh karena itu, Indonesia harus dapat memberdayakan generasi muda sejak dini untuk menjadi pengusaha. (Chaidirritonga.com, 2013)

Pemerintah Indonesia saat ini sedang meningkatkan kegiatan entrepreneur untuk mewujudkan keinginan bangsa Indonesia menjadi negara maju. Berbagai cara

terus dilakukan melalui acara seminar kewirausahaan maupun melalui pelatihan kewirausahaan yang dilakukan oleh motivator ataupun melalui entrepreneur yang sudah menjalankan kegiatan wirausaha. Kegiatan tersebut terus dilakukan agar menciptakan bibit-bibit muda berjiwa entrepreneur yang nantinya bisa membuka lapangan pekerjaan baik untuk dirinya sendiri maupun orang lain.

Individu mencoba untuk terjun menjadi pengusaha karena banyak memiliki pertimbangan, tetapi bila diperhatikan biasanya berakhir pada kebebasan mengelola usahanya sesuai kata hati, dengan penghasilan yang jauh dibandingkan dengan kenaikan gaji 5-10% setiap tahun. Permasalahan yang dialami calon entrepreneur selain harus mempunyai modal cukup untuk memulai usaha, calon entrepreneur juga perlu konsentrasi penuh supaya mengetahui liku-liku usaha yang sedang coba ditekuni. Bila dibandingkan dengan membuang dana dan energi pada *trial and error*, yakni lebih banyak kesalahan yang dibuat dibandingkan jalan keluarnya. Calon entrepreneur mengambil keputusan membeli waralaba/franchise. Kebebasan menjadi pengusaha tercapai. *trial and error* telah dilakukan orang lain, sehingga tidak perlu mengalami kegagalan karena menghadapi kesalahan yang berkepanjangan.

Istilah franchise pertama kali dibuat oleh negara Amerika Serikat. Kata franchise bermakna “kebebasan” (*freedom*). Definisi franchise dalam kamus besar Bahasa Indonesia, franchise diterjemahkan waralaba atau terjemahan bebasnya lebih untung. Wara berarti lebih. Sedangkan laba artinya untung (Sewu, 2004, p. 15). Franchise berarti kebebasan yang diperoleh seseorang untuk menjalankan sendiri

suatu usaha di wilayah tertentu. Sedangkan pewaralaba (franchising) adalah suatu aktivitas dengan system waralaba keterkaitan usaha yang saling menguntungkan antara pemberi waralaba (franchisor) dan penerima waralaba (franchisee).

Menurut PP No. 42 tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan EI No. 12/M-DAG/PER/3/2006 , waralaba (franchise) adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau cirri khas yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan.

Mari Elka Pangestu, mantan Menteri Perdagangan, pada saat itu mengatakan bahwa tumbuhnya bisnis waralaba secara *massif* pada periode 2006-2008. Sehingga diperkirakan pertumbuhan jenis usaha yang mewaralabakan usahanya akan terus melaju pada tahun-tahun berikutnya, yaitu dimana *franchise* akan menjadi *trend* bisnis yang akan terus berkembang.

Tabel 1.1
Tabel Pertumbuhan Waralaba

Tabel Pertumbuhan Waralaba di Inonesia			
Tahun	Asing	Lokal	Total
2005	237	129	366
2006	220	230	450
2008	237	450	687
2009	220	477	697
2011	255	450	705

2012	270	525	795
2013	308	567	875

Menurut Data : Kementrian Perdagangan 2005-2013 Sukandar (Jakarta),

baru-baru ini, usaha waralaba di Indonesia memiliki tingkat keberhasilan yang cukup tinggi. Sekitar 65 % pembeli lisensi waralaba berhasil mengembalikan usahanya dan tidak sekedar balik modal. Sampai tahun 2009 tercatat 1010 usaha waralaba dengan 260 waralaba asing dan 750 waralaba local di Indonesia. (sumber : Waralabaku.com).

Suburnya lahan bisnis dan investasi, serta didukung oleh besarnya daya konsumsi masyarakat Indonesia, menjadikan bisnis waralaba semakin berkembang di Indonesia. Pemicu maraknya bisnis waralaba antara lain :

1. Longgarnya regulasi untuk waralaba
2. Tingkat keuntungan yang jauh lebih tinggi dibanding dengan suku bunga deposito
3. Adanya bukti bahwa bisnis waralaba menguntungkan
4. Tingginya minat para pemilik modal untuk ikut memiliki usaha dengan cara waralaba.

5. Sulitnya mengurus SDM dan pengawasan jika ekspansi bisnis dikelola sendiri.
6. Mempertahankan kelangsungan bisnis.
7. Pemilik waralaba dapat berekspansi tanpa memerlukan banyak modal.
8. Cara paling cepat mengangkat sebuah merek.
9. Potensi pasar yang masih terbuka lebar.
10. Menciptakan sebuah pasar baru bagi sebuah produk (dikutip dari Asosiasi Franchise Indonesia)

Konsep bisnis franchise dominan dalam dunia bisnis Indonesia dengan prosentase 58,8%. Beberapa karakteristik waralaba di Indonesia masih dikuasai oleh pengusaha lokal sebanyak 64,3%, sedangkan jenis usaha yang paling banyak adalah jenis makanan dan minuman sebesar 42,9%.

Menurut (Widjaja, 2002) keuntungan bagi Franchisee yang memilih Franchise sebagai jalan usahanya adalah

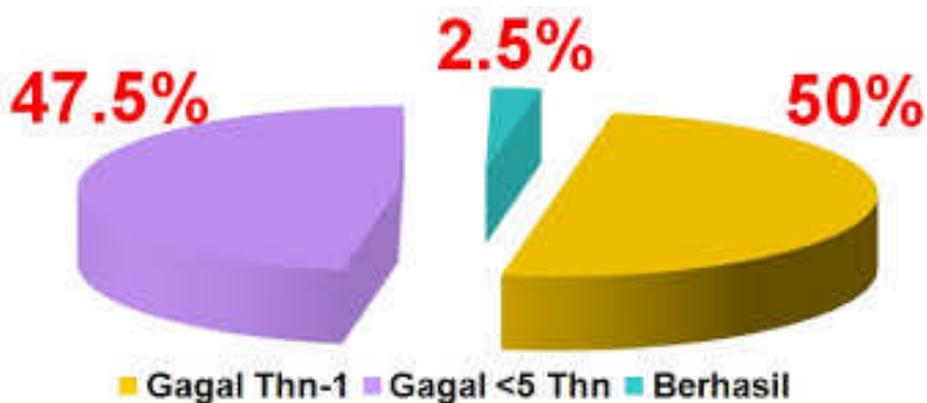
1. Franchisee mendapat keuntungan dan aktivitas iklan dari promosi franchisor pada tingkat nasional dan atau internasional
2. Franchisee mendapatkan keuntungan dan daya beli yang besar dari kemampuan negosiasi yang dilakukan franchisor atas seluruh franchisee
3. Franchisee mendapat pengetahuan khusus dan berkemampuan tinggi serta berpengalaman, organisasi dan manajemen kantor pusat franchisor, walaupun franchisee tetap mandiri dalam bisnisnya sendiri

Sedangkan kerugian atau kelemahan Franchisee di dalam Franchise (Widjaja, 2002) adalah sebagai berikut :

1. Franchisee harus membayar Franchisor atas jasa yang didapatkannya dan untuk penggunaan sistem franchise yaitu dengan dan dalam bentuk uang (Franchise Fee) pendahuluan atau uang Franchise terus menerus
2. Franchisor mungkin berbuat kesalahan dalam kebijakan-kebijakannya yang mungkin mengambil keputusan yang berkaitan dengan inovasi bisnis yang berakhir pada kegagalan dan hal ini mungkin dapat mempengaruhi aktivitas Franchisee.
3. Reputasi citra merek dan bisnis yang diFranchisekan mungkin menjadi turun, karena alasan-alasan yang mungkin berada di luar kontrol baik franchisor maupun franchisee.

Peluang usaha franchise masih terbuka lebar di Indonesia, sektornya pun meliputi berbagai macam bidang. Pelaku usaha di bidang ini mempunyai prospek yang sangat cerah. Pelaku usaha juga bisa mendapatkan keuntungan yang cukup besar hanya dalam waktu yang relative singkat . Tidak heran banyak pelaku usaha yang tertarik terjun dalam bisnis ini. Namun berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Small Business Administration (SBA), hanya terdapat 2,5% usaha yang berhasil setelah menjalankan usaha dalam kurun waktu 5 tahun.

Gambar 1.1
Statistik Keberhasilan Usaha



Sumber : www.analisisusaha.com

Dalam Gambar 1.1 menunjukkan bahwa hanya tingkat kegagalan usaha waralaba di Indonesia tergolong tinggi. Tingkat keberhasilan usaha yang dapat bertahan kurang dari 1 tahun sebesar 47,5%, usaha yang mampu bertahan 2 sampai 5 tahun hanya sebesar. 50% dan hanya sebesar 2,5% usaha yang mampu bertahan lebih dari 5 tahun.

Dilihat dari perbandingan antara jumlah waralaba yang tumbuh dengan tingkat kegagalan atau kebangkrutan usaha waralaba di kota Semarang. Menunjukkan bahwa jumlah kegagalan dalam usaha waralaba cukup tinggi. Hal tersebut dapat dilihat dari data tabel berikut ini.

Tabel 1.2
Tabel Tingkat Pertumbuhan Waralaba Semarang dan Tingkat
Kegagalan Waralaba di Kota Semarang

no	Wilayah	Tahun	UKM Makanan	Usaha Waralaba Makanan (Terdaftar)	Waralaba Makanan (Tidak Terdaftar Kembali)
1	Semarang Utara	2007	808	23	4
		2008	808	23	4
		2009	927	34	12
		2010	927	34	12
		2011	927	34	12
		2012	988	51	25
		Jumlah	5385	199	69
2	Semarang Timur	2007	484	24	7
		2008	484	24	7
		2009	484	24	7
		2010	484	24	7
		2011	484	24	7
		2012	484	24	7

		Jumlah	2904	144	42
3	Semarang Selatan	2007	924	23	4
		2008	924	23	4
		2009	1055	31	7
		2010	1055	31	7
		2011	1055	31	7
		2012	1212	42	10
Sumber : BPS Kota Semarang (2007-2012)				81	39
4	Semarang Barat	2007	568	16	4
		2008	612	20	6
		2009	612	20	6
		2010	670	25	7
		2011	670	25	7
		2012	734	32	11
		Jumlah	3866	138	41

1.2 menunjukkan bahwa tingkat pertumbuhan waralaba yang terdaftar di Biro Pusat Statistik Kota Semarang dari tahun 2007 sampai tahun 2012 mengalami peningkatan. Peningkatan jumlah waralaba di Kota Semarang tidak diimbangi dengan tingkat keberhasilan usaha waralaba. Hal ini dapat dibuktikan pada tabel 1.2 dimana menunjukkan bahwa jumlah waralaba yang tidak terdaftar kembali di tahun berikutnya juga mengalami peningkatan. Jumlah waralaba yang tidak terdaftar kembali tersebut mengindikasikan bahwa terdapat waralaba yang mengalami kegagalan atau waralaba tersebut sudah tidak beroperasi kembali. Hingga ke tahun Tingkat keberhasilan usaha waralaba di kota Semarang cenderung mengalami penurunan setiap tahunnya yang terjadi di berbagai wilayah. Terdapat beberapa faktor yang menjadi penyebab menurunnya tingkat keberhasilan usaha di kota Semarang

Tabel 1.3
Permasalahan-Permasalahan Usaha

No	Permasalahan-Permasalahan Usaha	Dampak
1.	Bingung untuk menentukan metode Promotion Strategi, Pricing Strategi, Positoning Strategi, Marketing Progam, Operation Strategy, Quality serta Supplier.	Mereka menghabiskan waktu, tenaga, dana dan lain-lain untuk coba-coba mencari metode yang tepat
2.	Salah memperhitungkan kebutuhan modal tetap, modal kerja dan modal tumbuh.	Keuntungan yang didapat semakin menipis karena kerugian yang ditimbulkan.
3.	Kerusakan pada material bahan baku, produk mentah serta produk jadi.	Keuntungan yang didapat semakin menipis karena kerugian yang ditimbulkan.
4.	Kesalahan Manajemen Administrasi, Manajemen Waktu, Manajemen Produksi, Manejemen Keuangan dan Manajemen Pemasaran.	Banyak terjadi kesalahan operasional, cash flow tidak berimbang, omze penjualan tidak meningkat
5.	Kesalahan pemilihan tempat lokasi usaha	Usaha sulit berkembang dan cenderung menurun

6.	Tidak bisa memberikan kepuasan kepada konsumen	Tidak memiliki konsumen tetap, performance usaha hanya berjalan ditempat
----	--	--

Sumber : www.analisisusaha.com

Dalam artikel yang dikutip dari investopedia, terdapat beberapa pengaruh yang menyebabkan kegagalan dalam usaha waralaba. Penyebab kegagalan usaha antara lain :

1. Modal awal dan franchise fee bisa sangat mempengaruhi laba penyewa bisnis waralaba..

Sebagai contoh, jika ingin membuka waralaba McDonald's harus punya mempunyai lokasi sendiri (sewa maupun milik), belum ditambah dari royalti waralaba sekitar Rp 405.000.000 untuk memegang hak waralaba selama 20 tahun, setelah masanya habis maka diperpanjang.

2. Biaya bahan baku yang mahal

Pemilik waralaba mempunyai standar yang diberlakukan kepada para pemegang lisensinya untuk membeli bahan baku dari pusat. Karena setiap pemilik waralaba mempunyai standar dalam melakukan kegiatan usahanya sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP). Tetapi permasalahan muncul ketika harga yang ditetapkan oleh pusat ini lebih tinggi harganya daripada harga pasar.

3. Minimnya Pendanaan

Terlalu banyak pemegang lisensi waralaba tidak mempunyai akses ke pendanaa yang baik. Jadi, apabila membutuhkan tambahan modal, kebanyakan pemegang lisensi waralaba harus mendanai sendiri.

4. Minimnya kontrol lokasi

Beberapa warlaba mempunyai aturan untuk tidak terlalu banyak membuka gerainya di sebuah kota untuk menghindari situasi pasar dan omzet yang akan turun. Akan tetapi banyak juga terdapat banyak waralab yang membuka gerainya di sebuah kota untuk meningkatkan laba penjualan.

5. Kurang kreatif

Sebuah waralaba biasanya mewajibkan keseragaman. Mulai dari dekorasi gerai, papan reklame, produk yang ditawarkan sampai seragam pelayanan harus sama.

6. Pemilik waralaba kurang mengenal daerah baru.

Salah satu kunci kesuksesan usaha adalah lokasi. Pasalnya, jika pemegang waralaba tidak bisa menemukan lokasi yang tepat untuk membuka waralaba, pasti akan mengalami kesulitan.

1.2 Rumusan Masalah

Semakin berkembangnya usaha waralaba, khususnya waralaba lokal yang bergerak di bidang makanan dan minuman di Semarang membuat tingkat konsumtif masyarakat semakin meningkat. Menurut Ketua Asosiasi Franchise Indonesia (AFI) Anang Sukandar, mengungkapkan bahwa pertumbuhan waralaba di Semarang pada 2012 sebanyak 500 unit usaha, termasuk Business Operation (BO). Mengacu pada data dari Biro Pusat Statistik jumlah waralaba yang berada di Kota Semarang didapatkan bahwa peningkatan jumlah waralaba tidak diimbangi dengan tingkat keberhasilan usaha waralaba. Semakin banyak jumlah waralaba yang dibuka, tetapi juga semakin banyak pula waralaba yang mengalami kegagalan. Oleh sebab itu timbul masalah “bagaimana cara untuk meningkatkan keberhasilan usaha pada usaha yang bergerak di waralaba”.

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas maka research problem dalam penelitian ini adalah **“Faktor – faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha pada pemegang usaha waralaba (studi kasus pada usaha waralaba makanan dan minuman lokal di Semarang)”**.

1.2 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah pengaruh karakteristik wirausahawan terhadap keberhasilan usaha waralaba?
2. Apakah pengaruh lokasi terhadap keberhasilan usaha waralaba

3. Apakah pengaruh kinerja manajer terhadap keberhasilan usaha ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh karakteristik wirausaha wan terhadap keberhasilan usaha.
2. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh lokasi terhadap keberhasilan usaha.
3. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh inovasi terhadap keberhasilan usaha.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Sementara itu kegunaan dari peneltian ini adalah:

- 1 Teoritis

Bagi ilmu pengetahuan, sebagai bahan tambahan referensi dan wacana mengenai dunia waralaba, terlebih usaha waralaba di wilayah Semarang.

2. Praktis

Bagi pihak pelaku usaha waralaba hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan pihak manajemen untuk meningkatkan kinerja penjualan untuk mencapai keberhasilan usaha di setiap outlet masing-masing.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disuse suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi yang dibahas dalam tiap-tiap bab, yaitu:

BAB I :PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang landasan teoridan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang landasan teori dan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang menguraikan tentang kesimpulan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, serta memberikan beberapa saran untuk mengatasi permasalahan yang ada.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Keberhasilan Usaha

2.1.1 Definisi Keberhasilan Usaha

Menurut Suyatno (2010;179) keberhasilan usaha industri kecil di pengaruhi oleh berbagai faktor. Kinerja usaha perusahaan merupakan salah satu tujuan dari setiap pengusaha. Kinerja usaha industri kecil dapat diartikan sebagai tingkat keberhasilan usaha suatu perusahaan dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti: kinerja keuangan dan image perusahaan. Menurut Glancey dalam Sony Heru Priyanto (2009:73) Wirausaha yang memiliki kemampuan mengambil keputusan yang superior

akan dapat meningkatkan performansi usaha seperti peningkatan profit dan pertumbuhan usaha.

Menurut Ina Primiana (2009:49) mengemukakan bahwa keberhasilan usaha adalah permodalan sudah terpenuhi, penyaluran yang produktif dan tercapainya tujuan organisasi. Sedangkan menurut Algifari (2003:118) ia berpendapat bahwa keberhasilan usaha dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara ekonomis. Pendapat lain diungkapkan oleh Moch. Kohar Mudzakar dalam Ressa Andari (2011:21b) , “ Keberhasilan usaha adalah sesuatu keadaan yang menggambarkan lebih daripada yang lainnya yang sederajat/sekelasnya. Henry Faizal Noor (2007:397) mengemukakan bahwa Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapatkan laba, karena laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis. Menurut Albert Wijaya dalam Suryana(2011:168) yang mengemukakan bahwa faktor yang merupakan tujuan yang kritis dan menjadi ukuran dari keberhasilan suatu perusahaan adalah laba.

Menurut Tulus Tambunan (2002:14) faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha dapat diketahui dari dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang diantaranya yaitu; kualitas sdm, penguasaan organisasi, struktur organisasi, sistem manajemen, partisipasi, kultur/budaya bisnis, kekuatan modal, jaringan bisnis dengan pihak luar, dan tingkat entrepreneurship.. Faktor eksternal dapat dibagi menjadi dua yaitu faktor pemerintah dan non

pemerintah. Faktor pemerintah diantaranya, kebijakan ekonomi, birokrat, politik, dan tingkat demokrasi. Faktor non pemerintah yaitu; sistem perekonomian, sosio-kultur budaya masyarakat, sistem perburuhan dan kondisi perburuhan, kondisi infrastruktur, tingkat pendidikan masyarakat, dan lingkungan global.

Menurut Suyatno (2010:179) berkaitan dengan faktor penentu keberhasilan usaha industri kecil ini, hasil penelitiannya menemukan bahwa keberhasilan usaha kecil ditandai oleh inovasi, perilaku mau mengambil resiko. Begitu juga hasil penelitian Murphy dalam sumber yang sama menemukan bahwa keberhasilan usaha kecil disumbangkan oleh kerja keras, dedikasi, dan komitmen terhadap pelayanan dan kualitas. Berbagai faktor penentu keberhasilan usaha industri kecil hasil identifikasi penelitian Luch tersebut pada dasarnya adalah cerminan dari kemampuan usaha (pengetahuan, sikap dan keterampilan), pengalaman yang relevan, motivasi kerja dan tingkat pendidikan seseorang pengusaha.

Sehingga dapat diketahui bahwa keberhasilan usaha dapat dipengaruhi oleh kemampuan usaha yang tercermin diantaranya melalui pengetahuan, sikap, dan keterampilan dari pengusaha. Keberhasilan suatu usaha diidentikkan dengan laba atau penambahan material yang dihasilkan oleh pengusaha, tetapi pada dasarnya keberhasilan usaha tidak hanya dilihat dari hasil secara fisik tetapi keberhasilan usaha dirasakan oleh pengusaha dapat berupa panggilan pribadi atau kepuasan batin.

Kriteria keberhasilan usaha kecil dalam penelitian Riyanti, (2003) tentang wirausaha kecil di Singapura menunjukkan bahwa dari 85% responden yang menjawab, 70% wirausaha menggunakan net laba bersih (*profit growth*) untuk mengukur keberhasilan usaha, disusul oleh laba penjualan (*sales revenue growth*, 61%), laba setelah pajak (*return on investment*, 50%), dan pangsa pasar (*market share*, 48%). Selanjutnya, 38% dari wirausaha yang menggunakan kriteria keberhasilan laba bersih (*net profit growth*), berpendapat bahwa prestasi 6-10% pertumbuhan tahunan merupakan indikator keberhasilan usaha. Untuk mendukung uraian diatas, criteria keberhasilan usaha adalah usaha-usaha yang mengalami peningkatan 25% dari keadaan ketika perusahaan didirikan. Meskipun hanya 25%, karena yang dilihat adalah peningkatan dalam akumulasi modal, jumlah produksi, jumlah pelanggan, perluasan usaha dan perbaikan fisik maka kriteria tersebut dinilai cukup signifikan sebagai kriteria keberhasilan usaha (Riyanti, 2003).

Sejauh ini, sudah banyak ahli meneliti faktor-faktor yang menjadi kunci keberhasilan usaha kecil. Tetapi, kebanyakan dari mereka hanya melihat satu atau dua factor saja. Kalaupun ada yang menemukan sejumlah factor secara bersama-sama, yang dilakukan itu hanya penelitian deskriptif sehingga tidak bisa dibuat generalisasi. Meskipun demikian, uraian tentang hasil-hasil penelitian para ahli dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan keberhasilan usaha skala kecil (Riyanti, 2003).

2.1.2 Indikator Keberhasilan Usaha

Dalam penelitian ini menggunakan indikator keberhasilan dari Dwi Riyanti (2003:28) yaitu terdiri dari :

1. Meningkatnya omzet
2. Bertambahnya jumlah karyawan
3. Meningkatnya volume Penjualan
4. Meningkatnya jumlah pelanggan dan transaksi

2.2 Karakteristik Wirausaha

2.2.1 Definisi Wirausaha

Karakteristik seorang wirausaha pada umumnya dapat dilihat pada saat berkomunikasi dalam rangka mengumumkan informasi maupun pada waktu menjalankan usaha dan menjalin hubungan dengan para relasi bisnis. Untuk itu, dalam menjalin hubungan bisnis dengan seseorang kita harus mengetahui karakteristiknya. Karena tanpa kita perhatikan karakternya bisa-bisa kita akan rugi sendiri apabila menjalin hubungan bisnis dengan orang yang berkarakter tidak baik.

Karakteristik adalah sesuatu yang berhubungan dengan watak, perilaku, tabiat, sikap seseorang terhadap perjuangan hidup untuk mencapai kebahagiaan lahir dan

batin. Karakteristik seorang wirausaha yang baik akan membawa ke arah kebenaran, keselamatan, serta me- naikkan derajat dan martabatnya.

Menurut Geoffrey G. Meredith (1996 : 5-6) mengemukakan ciri-ciri dan watak kewirausahaan seperti berikut :

- a. Percaya diri dan optimis
Memiliki kepercayaan diri yang kuat, ketidaktergantungan terhadap orang lain, dan individualistis.
- b. Berorientasi pada tugas dan hasil
Kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi laba, mempunyai dorongan kuat, energik, tekun dan tabah, tekad kerja keras, serta inisiatif.
- c. Berani mengambil resiko dan mempunyai tantangan
Berani mengambil resiko dan mempunyai tantangan
- d. Kepemimpinan
Berjiwa kepemimpinan, mudah beradaptasi dengan orang lain, dan terbuka terhadap saran serta kritik.
- e. Keorisinilan
Inovatif, kreatif dan fleksibel
- f. Berorientasi masa depan
Memiliki visi dan perspektif terhadap masa depan

Pendapat lain diungkapkan oleh M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer (1993:6-7), mengemukakan delapan karakteristik kewirausahaan sebagai berikut :

- a. *Desire for responsibility*, memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya.
- b. *Preference for moderate risk*, lebih memilih resiko moderat, artinya selalu menghindari resiko, baik yang terlalu rendah maupun terlalu tinggi.
- c. *Confidence in their ability to success*, memiliki kepercayaan diri untuk memperoleh kesuksesan.
- d. *Desire for immediate feedback*, selalu menghendaki umpan balik dengan segera.
- e. *High level of energy*, memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
- f. *Future orientation*, berorientasi serta memiliki perspektif dan wawasan jauh ke depan.
- g. *Skill at organizing*, memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.
- h. *Value of achievement over money*, lebih menghargai prestasi daripada uang.

Wirausaha selalu komitmen dalam melakukan tugasnya sampai berhasil. Ia tidak setengah-setengah dalam melakukan pekerjaannya. Ia berani mengambil resiko terhadap pekerjaannya karena sudah diperhitungkan artinya risiko yang di ambil tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Keberanian menghadapi risiko yang didukung oleh komitmen yang kuat, mendorong wirausaha untuk terus berjuang mencari

peluang sampai ada hasil. Hasil-hasil ini harus nyata/jelas dan objektif dan merupakan umpan balik bagi kelancaran kegiatannya. Dengan semangat optimis yang tinggi karena ada hasil yang diperoleh, maka uang selalu dikelola secara proaktif dan dipandang sebagai sumber daya.

Dalam mencapai keberhasilannya, seorang wirausaha memiliki ciri-ciri tertentu pula. Dalam *Entrepreneurship and Small Enterprise Development Report* (1986) yang dikutip oleh M. Scarborough dan Thomas W. immerer 1993;5) dikemukakan beberapa karakteristik kewirausahaan yang berhasil. Diantaranya memiliki ciri-ciri :

- a. Proaktif, yaitu berinisiatif dan tegas

Berorientasi pada prestasi, yang tercermin dalam padangan dan bertindak terhadap peluang, orientasi efisiensi, mengutamakan kualitas pekerjaan, berencana, dan mengutamakan monitoring

- b. Komitmen kepada orang lain, misalnya dalam mengadakan kontrak dan hubungan bisnis.

- c. Berpikir Kreatif dalam Kewirausahaan

Menurut Zimmererr (1996) untuk mengembangkan ketrampilan berfikir, seseorang menggunakan otak sebelah kanan. Sedangkan untuk belajar mengembangkan ketrampilan berpikir digunakan otak sebelah kiri, ciri-cirinya :

1. Selalu bertanya : Apa ada cara yang lebih baik?

2. Selalu menantang kebiasaan, tradisi dan kebiasaan rutin
3. Mencoba untuk melihat masalah dari perspektif yang berbeda
4. Menyadari kemungkinan banyak jawaban ketimbang satu jawaban yang benar

2.2.3 Indikator Karakteristik Wirausaha

Dalam penelitian ini menggunakan indikator wirausaha berdasarkan penelitian dari Srie Sulastri, Atty. (2008), yaitu :

1. Memiliki kreativitas yang tinggi;
2. Memiliki perilaku inovasi yang tinggi;
3. Memiliki komitmen dalam pekerjaannya;
4. Memiliki etos kerja dan tanggung jawab;
5. Memiliki sikap kemandirian

2.2.4 Hubungan karakteristik Wirausaha dengan Keberhasilan Usaha

Hofer dan Sanberg (dalam Hunger & Wheelen, 2003) mengemukakan bahwa terdapat tiga faktor yang berpengaruh terhadap kinerja usaha kecil terutama untuk usaha baru. Sesusai dengan tingkat pengaruhnya, factor-faktor tersebut adalah struktur industri, strategi bisnis, dan karakteristik wirausaha.

Terdapat empat faktor karakteristik wirausaha yang berpengaruh terhadap kesuksesan usaha, yaitu: (a) mampu mengidentifikasi kesempatan bisnis potensial; (b) memiliki sense of urgency yang membuat mereka berorientasi pada tindakan; (c)

mempunyai pengetahuan terinci atas factor-faktor kunci yang diperlukan untuk pekerjaannya, dan (d) mampu mencari bantuan dari pihak luar.

Steinhoff & Burgess (1993) u bahwa keberhasilan usaha dipengaruhi oleh beberapa factor, antara lain adalah memiliki visi dan tujuan bisnis, berani mengambil resiko dan uang, mampu menyusun perencanaan usaha, mengorganisir sumber daya, dan implementasinya, sanggup bekerja keras, mampu membangun hubungan dengan pelanggan, tenaga kerja, pemasok, dan sebagainya, dan memiliki tanggung jawab terhadap keberhasilan maupun kegagalan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Andi Wijayanto (2011). Dalam penelitiannya variabel karakteristik wirausaha yang berupa kecakapan pribadi dan kecakapan sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha kecil pengasapan ikan di Grobogan Semarang.

Berdasarkan hasil telaah pustakan dan bukti empiris dari penelitian terdahulu maka hipotesis yang diajukan adalah :

H2: Karakteristik Wirausaha Bepengaruh Positif Terhadap Keberhasilan Usaha

2.3 Lokasi Usaha

2.3.1 Definisi Lokasi Usaha

Mengingat lokasi usaha dapat mempengaruhi kelancaran dan keberhasilan usaha, maka lokasi usaha ini perlu direncanakan dengan baik. Mengingat lokasi usaha dapat mempengaruhi kelancaran dan keberhasilan usaha, sebab salah memilih lokasi usaha akan mengakibatkan suatu kerugian bagi perusahaan (Murti dan Suprihanto, 1998:67). Pemilihan lokasi usaha yang strategis atau banyak dilalui oleh masyarakat menjadi strategi yang harus ditetapkan oleh pengusaha. Semakin banyaknya orang yang berlalu lalang di sekitar lokasi usaha akan memungkinkan semakin banyaknya orang yang berkunjung ke lokasi usaha. Sehingga peningkatan pendapatan pengusaha juga akan meningkat. Dengan demikian dapat digambarkan bahwa lokasi usaha berpengaruh pada keberhasilan usaha.

Pemilihan lokasi usaha pada saat ini tidak dapat dilakukan secara coba-coba, mengingat semakin tajamnya persaingan serta banyaknya usaha. Karenanya pemilihan letak usaha harus dilakukan dan diputuskan melalui beberapa pertimbangan yang disertai fakta yang kongkrit dan lengkap. Lokasi usaha jasa memiliki sifat distribusi (menawarkan barang/jasa mendekati konsumen) dengan demikian cenderung memilih lokasi usaha yang dekat dengan konsumen yang membutuhkan jasanya.

Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi lebih tegas berarti tempat secara fisik (Sriyadi,1991:60). Lokasi adalah letak atau toko pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba (Basu Swasta dan Irawan,2003:339).

Sedangkan menurut Lupiyoadi (2001:61-62) mendefinisikan lokasi adalah tempat dimana harus bermakas melukaukan operasi. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang memperngaruhi lokasi, yaitu:

1. Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan), apabila keadaanya seperi ini maka lokasi menjadi sanagt penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau dengan kata lain harus strategis;
2. Pemberi jasa mendatangi konsumen, dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas;
3. Pemberi jasa dan konsimen tidak bertemu langsung, berarti service provider dan konsumen berinterkasi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer, dan surat.

Pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi menurut Tjiptono (2000:41-42) meliputi factor-faktor:

1. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum;
2. Visibialitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan;
3. Tempat parker yang luas dan aman;
4. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari;
5. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.

Penyebab utama terjadinya perbedaan pemilihan lokasi adalah adanya kebutuhan masing-masing perusahaan yang berbeda-beda, sehingga bersifat Situasional (*contingency*), seperti usaha yang bergerak dibidang :

1. Sektor bisnis jasa seperti Salon, Toko retail / pengecer, Perbankan, dll, tempat yang paling menguntungkan adalah lokasi yang mendekati konsumen, sarana mudah (listrik, transportasi, air dll
2. Sektor bisnis manufaktur (menghasilkan barang) , tempat yang paling strategis adalah lokasi yang dekat dengan sumber bahan baku, mudah SDM

Secara umum pemilihan lokasi oleh suatu unit aktivitas ditentukan oleh beberapa faktor seperti: bahan baku local (*local input*); permintaan local (*local demand*); bahan baku yang dapat dipindahkan (*transferred input*); dan permintaan luar (*outside demand*) menurut (Hoover dan Giarratani, 2007). Menurut August Losch mengatakan bahwa lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang dapat digarapnya. Makin jauh dari tempat penjual konsumen semakin enggan membeli karena biaya transportasi untuk mendatangi tempat penjual semakin mahal. Losch cenderung menyarankan agar lokasi produksi berada di pasar atau di dekat pasar.

2.3.2 Indikator Lokasi Usaha

Adapun indikator-indikator lokasi dalam penelitian ini menurut Fandy Tjiptono (2002:41-42) adalah :

- a. Akses lokasi mudah
- b. Tempat parkir yang luas dan aman.

c. Lingkungan yg mendukung

2.3.3 Hubungan Lokasi Usaha 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 penelitian yang dilakukan Casa Septiani Putri, (2011). Variabel yang digunakan dalam penelitian antara lain: modal, tingkat pendidikan, lama usaha dan lokasi usaha. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa lokasi usaha berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha jasa kecantikan di Surakarta.

Berdasarkan hasil telaah pustakan dan bukti empiris dari penelitian terdahulu maka hipotesis yang diajukan adalah :

H2: Lokasi Usaha Bepengaruh Positif Terhadap Keberhasilan Usaha

2.4 Kemampuan Manajerial

2.4.1 Definisi Kemampuan Manajerial

Dalam dunia kerja yang sangat kompleks sekarang ini, orang tidak dapat bekerja sendiri-sendiri sebagai single fighter, tapi saling bergantung satu sama lain untuk mencapai kesuksesan. Kondisi interpendensi ini membuat

kemampuan manajerial seorang team leader di tempat kerja menjadi bertambah penting. Trend teori-teori manajemen modernpun juga mengarah kesana

Kemampuan manajerial adalah kemampuan untuk mengatur, mengkoordinasikan dan menggerakkan para bawahan kearah pencapaian tujuan yang telah ditentukan organisasi, tak soal apakah organisasi itu kecil atau besar. Dalam organisasi yang besar, kesempatan manajer untuk mengadakan kontak dengan seluruh bawahan relatif kecil sekali. Lebih-lebih dalam organisasi yang besar ruang lingkup operasinya nasional atau internasional. Dengan demikian. Kegiatan mengintegrasikan, mengkoordinasikan dan menggerakkan para bawahan oleh team leader sebagai manajer puncak dilakukan melalui pendelegasian wewenang kepada manajer menengah dan manejer pengawas.

Menurut pendapat yang dikemukakan oleh Winardi (1995:4) menyatakan bahwa. kemampuan manajerial adalah kesanggupan mengambil tindakan– tindakan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan yang dilakukan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Selanjutnya menurut B.S Wibowo (2002:14) menyatakan bahwa kalau kita ingin sukses, maka kita harus memiliki “keterampilan manajerial” di antaranya energi spiritual, keterampilan emosional, kekuatan intelektual, kualitas fisik dan penguasaan teknologi terapan. Sedangkan Winardi, menurut Siagian P. Sondang (2007:67) mengatakan bahwa kemampuan manajerial adalah

kemampuan untuk mengelola usaha seperti perencanaan, pengorganisasian, pemberian motivasi, pengawasan dan penilaian.

Kemampuan manajerial merupakan modal utama yang harus dimiliki oleh seorang manajer agar dalam pengelolaan perusahaan dapat memberikan hasil yang optimal dan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Menurut Drucker (A.F. Stoner, 1992:14) bahwa prestasi manajer dapat diukur dalam bentuk dua konsep yaitu efisiensi dan efektivitas. Menurutnya efisiensi berarti melakukan kerja dengan benar dan efektivitas berarti melakukan pekerjaan yang benar. Agar manajer dapat mencapai organisasi yang efisien dan efektif maka seorang manajer diharuskan memiliki keterampilan. Menurut Sali Iskandar (1999:65) keterampilan manajemen dikelompokkan menjadi 3 bagian yaitu :

1. *Technical Skill* (keterampilan teknis) adalah pengetahuan dan kemampuan untuk menggunakan sebuah proses, praktik, alat dan teknik yang digunakan pada bidang yang menjadi tanggung jawab khusus manajer.
2. *Human Skill* (keterampilan manusiawi) adalah kemampuan untuk dapat berinteraksi dengan karyawan lain.
3. *Conceptual Skill*, merupakan kemampuan yang berkaitan dengan hubungan antara ide dan hubungan yang abstrak, kemampuan mental dalam memandang organisasi secara keseluruhan dan bagaimana bagian – bagiannya berelasi dan bertanggung jawab satu dengan yang lainnya.

Selain keterampilan – keterampilan yang harus dimiliki, beberapa sifat – sifat yang harus dimiliki oleh seorang manajer menurut Henry Fayol (Malayu S.P. Hasibuan, 1996:9), diantaranya :

1. Jasmani, harus sehat, giat dan tangkas.
2. Mental, sanggup memahami dan belajar, sanggup memulai, tangkas berfikir dan sanggup menyesuaikan diri.
3. Moral, harus tegas, tanggung jawab, inisiatif, setia, bijaksana dan berkepribadian.
4. Erudisi, yaitu latar pendidikan yang luas baik pengetahuan umum maupun pengetahuan khusus yang sesuai dengan fungsinya.
5. Pengalaman terutama menyangkut berbagai bidang kegiatan seperti tersebut diatas.

2.4.2 Indikator Kemampuan Manajerial

Indikator kemampuan manajerial sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Winardi (1995:4) menyatakan yaitu :

1. Perencanaan

Perencanaan adalah fungsi seorang manajer yang berhubungan dengan memilih tujuan-tujuan, kebijaksanaan-kebijaksanaan, prosedur-prosedur, dan program-program dari alternatif-altrnatif yang ada.

Jadi, masalah perencanaan adalah masalah “memilih” yang terbaik dari dari beberapa alternatif yang ada.

2. Pengorganisasian

Pengorganisasian adalah suatu proses penentuan, pengelompokan, dan pengaturan bermacam-macam aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan menempatkan orang-orang pada setiap aktivitas ini, menyediakan alat-alat yang diperlukan, menetapkan wewenang yang secara relatif didelegasikan kepada setiap individu yang akan melakukan aktivitas-aktivitas tersebut.

3. Pelaksanaan

Pelaksanaan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh manajer untuk membimbing, mengarahkan, dan mengatur segala kegiatan karyawan yang telah diberi tugas dalam melaksanakan suatu kegiatan usaha dengan demikian, seorang manajer harus mampu menggerakkan karyawannya dengan cara memberikan motivasi, mengerti akan hubungan pribadi dan aktifitas kelompok dalam menyelesaikan pekerjaannya.

4. Pengawasan

Aktivitas pengendalian merupakan proses untuk menjamin bahwa tujuan perusahaan akan tercapai. Pengendalian pada hakekatnya merupakan usaha memberikan petunjuk para pelaksana agar mereka selalu bertindak sesuai dengan rencana.

2.4.3 Hubungan Kemampuan Manajerial Terhadap Keberhasilan Usaha

Dewasa ini persaingan dan perkembangan dunia usaha semakin kuat dan tajam sehingga untuk meningkatkan usaha diperlukan penanganan yang serius dari setiap pengusaha untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain.

Dimana untuk meningkatkan keberhasilan usaha salah satu upaya yang harus dilakukan yaitu meningkatkan sumber daya internal. Dan diantaranya sumber daya internal yang paling penting adalah kemampuan manajerial. Menurut Yuyun Wirasmita faktor internal yang paling penting yang mempengaruhi keberhasilan usaha adalah kewiraswastaan dan manajerial. Dan menurut Payman J. Simanjuntak (1965:145) bahwa keberhasilan usaha atau dunia bisnis sangat tergantung pada kemampuan manajerial dan kewirausahaan pemimpin perusahaan tersebut memanfaatkan dan mengelola semua sumber secara optimal dan produktif. Sebab itu kemampuan manajerial dan kewirausahaan mutlak dikembangkan melalui pendidikan, latihan, lokakarya dan kesempatan memperoleh wawasan lebih luas.

Jika seorang pengusaha telah memiliki kemampuan manajerial, maka perusahaan tersebut menyakini perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengawasan di tunjang dengan kreatifitas, keinovasian, dan keberanian mengambil resiko dengan sendirinya tujuan yang hendak dicapai akan terpenuhi.

Dalam penelitian yang dilakukan Mulyanto (2007) yang berjudul “Pengaruh Motivasi dan Kemampuan Manajerial Terhadap Kinerja Usaha Pedagang Kaki Lima Menetap”. Semua indikator termasuk kemampuan manajerial memiliki kontribusi signifikan terhadap kemampuan manajerial PKL di Pusat Perdagangan maupun di Pusat Wisata.

Berdasarkan hasil telaah pustakan dan bukti empiris dari penelitian terdahulu maka hipotesis yang diajukan adalah :

H3: Kemampuan Manajerial Bepengaruh Positif Terhadap Keberhasilan Usaha

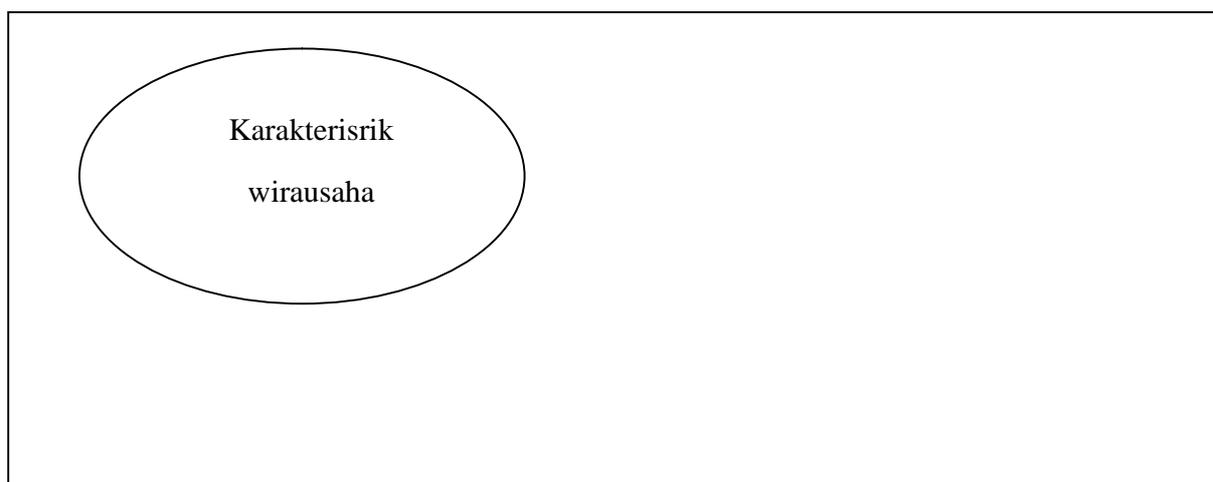
2.2. Kerangka Pemikiran

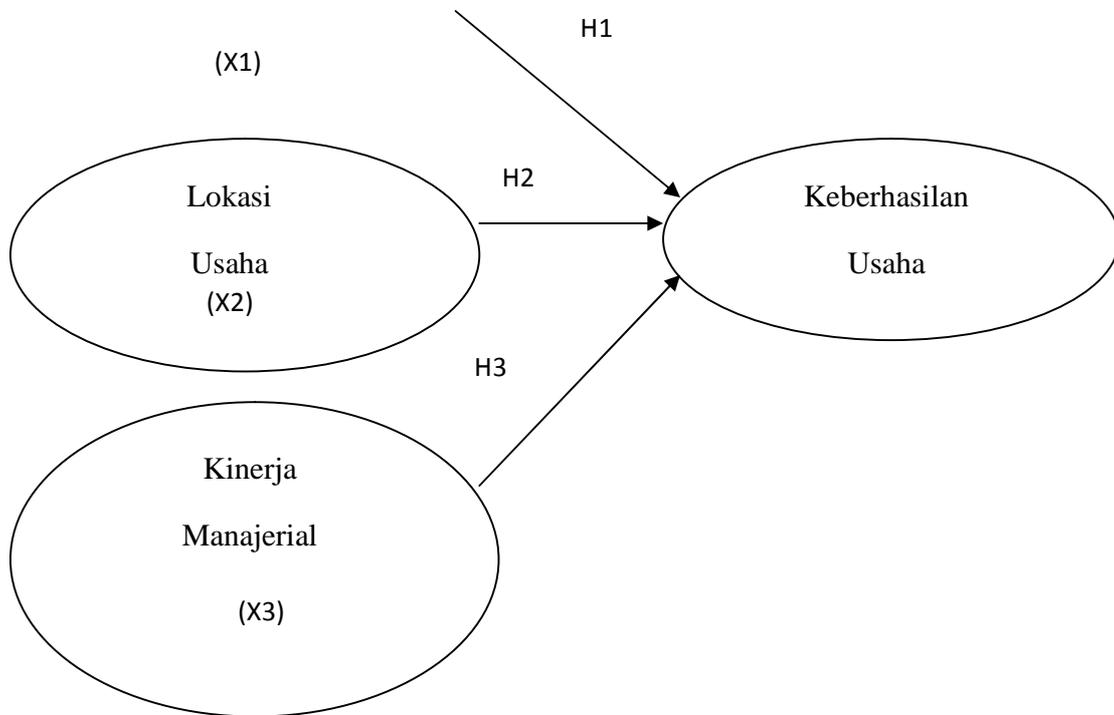
Untuk memudahkan pemahaman mengenai keseluruhan rangkaian penelitian ini, maka disusunlah kerangka pikir penelitian sebagai berikut

2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis

Untuk memudahkan pemahaman mengenai keseluruhan rangkaian penelitian ini, maka disusunlah kerangka piker peneliti sebagai berikut :

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis





Sumber : Septiani Putri, Casa (2011) yang dikembangkan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Penelitian

3.1.1 Variabel Penelitian

Pengertian variabel penelitian adalah merupakan suatu objek atau sifat, atau atribut atau nilai dari oran, atau kegiatan yang mempunyai

bermacam-macam variasi antarasatu dengan lainnya yang ditetapkan oleh peneliti dengan tujuan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Abdul Salam, 2012). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis variabel, yaitu variabel terikat (dependen) dan variabel bebas. Berikut ini adalah penjelasan kedua variabel tersebut :

a) Variabel Independent (X)

Merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadikan sebab berubahnya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2004). Variabel independen adalah karakteristik wirausaha (X1), lokasi usaha (X2) dan kemampuan manajerial (X3)

b) Variabel Dependen (Y)

Merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadikan akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2004). Ada juga yang menyebutkan variabel ini sebagai variabel pendorong dan variabel masukan yang sering disebut sebagai prediktor. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah keberhasilan usaha (Y).

Berkaitan dengan penelitian ini maka variabel independen dan variabel dependen adalah sebagai berikut :

a. Variabel independen (*Independent Variable*)

X1 = Karakteristik Wirausaha

X2 = Lokasi Usaha

X3 = Kemampuan Manajerial

b. Variabel dependen (*Dependent Variable*)

Y = Keberhasilan Usaha

3.1.1.1 Variabel independen : karakteristik wirausaha

Karakteristik wirausaha tidak hanya diperuntukkan bagi mereka yang mempunyai usaha bisnis saja, tetapi berlaku untuk setiap insan manusia. Artinya, yang dapat disebut sebagai wirausaha bukan hanya mereka yang mempunyai perusahaan, toko, pabrik, dan sebagainya. Tetapi mereka yang mempunyai ciri-ciri pribadi dan karakteristik wirausaha juga dapat dikatakan sebagai wirausaha, apapun profesi dan pekerjaannya. Agar dapat diukur variabel perbandingan (*compare*) dinilai dengan menggunakan skala likert 5 poin (*5-point likert scale*)

Dalam variabel karakteristik wirausaha terdapat beberapa indikator, antara lain sebagai berikut:

1. Memiliki kreativitas yang tinggi;
2. Memiliki perilaku inovasi yang tinggi;
3. Memiliki komitmen dalam pekerjaannya;
4. Memiliki etos kerja dan tanggung jawab;
5. Memiliki sikap kemandirian

3.1.1.2 Variabel independen : Lokasi Usaha

Salah satu kunci kesuksesan penjualan adalah penentuan lokasi (Kotler, 2000). Lingkungan setempat dapat saja berubah setiap waktu, jika lingkungan usaha memburuk, maka lokasi usaha dapat dipindahkan atau ditutup. Agar dapat diukur variabel lokasi (location) diukur dengan menggunakan skala likert 5 poin (5-point likert scale).

Dalam variabel lokasi terdapat beberapa indikator, antara lain :

1. Akses lokasi
2. Tempat parkir yang luas dan aman.
3. Lingkungan yg mendukung

3.1.1.3 Variabel independen : Kinerja Manajerial

Kemampuan manajerial adalah kesanggupan mengambil tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan yang dilakukan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan Winardi (1995:4). Agar dapat diukur variabel kualitas pelayanan dinilai dengan menggunakan skala likert 5 poin (5-point likert scale)

Dalam variabel kualitas pelayanan terdapat beberapa indikator antara lain :

1. Kemampuan membuat keputusan
2. Kemampuan memotivasi orang lain
3. Kemampuan memecahkan masalah.
4. Kemampuan membangun tim.

3.1.1.4 Variabel dependen : Keberhasilan Usaha

Kohar Mudzakar (1998) yang menyatakan bahwa keberhasilan usaha adalah sesuatu keadaan yang menggambarkan lebih daripada lainnya yang sederajat atau sekelasnya. Agar dapat diukur minat beli konsumen diukur dengan menggunakan skala liker 5 poin (5-point likert scale)

Dalam variabel minat beli ulang terdapat beberapa indikator, antara lain :

- a. Meningkatnya omzet
- b. Bertambahnya jumlah karyawan
- c. Meningkatnya Volume Penjualan
- d. Meningkatnya jumlah pelanggan dan transaksi.

3.1.2 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau memberi suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Nasir, 1999).

Definisi operasional variabel penelitian ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiris (IE) yang meliputi:

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Pengukuran
1.	Independen			
	Karakteristik kewirausahaan	Sifat yang dimiliki seorang wirausaha dalam usahanya mencapai impiannya	<ul style="list-style-type: none"> a. Memiliki kreativitas yang tinggi; b. Memiliki perilaku inovasi yang tinggi; c. Memiliki komitmen dalam pekerjaannya; d. Memiliki etos kerja dan tanggung jawab; e. Memiliki sikap kemandirian 	skala likert 5 poin (<i>5-point likert scale</i>)
	Lokasi Usaha	Suatu tempat dimana produk diperjual belikan	<ul style="list-style-type: none"> a. Akses lokasi b. Tempat parkir yang luas dan aman. c. Lingkungan yg mendukung 	skala likert 5 poin (<i>5-point likert scale</i>)

	Kinerja Manerial	kesanggupan mengambil tindakan– tindakan perencanaan, pengorganisasian , pelaksanaan, pengawasan yang dilakukan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan	<ul style="list-style-type: none"> a. Kemampuan membuat keputusan b. Kemampuan memotivasi orang lain c. Kemampuan memecahkan masalah d. Kemampuan Membangun tim 	skala likert 5 poin (<i>5-point likert scale</i>)
2.	Dependen			
	Keberhasilan Usaha	sesuatu keadaan yang menggambarkan lebih daripada lainnya yang sederajat atau sekelasnya	<ul style="list-style-type: none"> a. Meningkatnya omzet b. Bertambahnya jumlah karyawan c. Meningkatnya Volume Penjualan d. Meningkatnya jumlah pelanggan dan transaksi 	skala likert 5 poin (<i>5-point likert scale</i>)

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2004). Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel (Ferdinand, 2006). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pemegang usaha waralaba makanan dan minuman lokal di Kota Semarang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2004). Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil untuk diteliti (Hair, 1995), besarnya atau ukuran sampel mempunyai pengaruh langsung terhadap ketepatan hitungan statistik dan regresi berganda. Hasil dalam regresi berganda ini menerangkan probabilitas dari perhitungan sebagai ketepatan statistik satu tingkat yang spesifik. R^2 atau koefisien regresi pada satu tingkat ketepatan tertentu atau satu ukuran sampel tertentu.

Tabel 3.2

Metode Pengambilan sampel Hair

R² Minimum Yang Dapat Diketahui Secara Statistik Dengan Satu Nilai.80

Untuk Sejumlah Variabel Bebas Dan Ukuran Sampel

Ukuran Sampel	Tingkat $\alpha = 0,01$				Tingkat $\alpha = 0,05$			
	Jumlah Variabel Bebas				Jumlah Variabel Bebas			
	2	5	10	20	2	5	10	20
20	45	56	71	NA	39	48	64	NA
50	23	39	36	49	19	23	29	42
100	13	16	20	26	10	12	15	21
250	5	7	8	11	4	5	6	8
500	3	3	4	6	3	4	5	9
1000	1	2	2	3	1	1	2	2

Ket : NA = Not Applicable atau tidak dapat ditetapkan

Sumber : Multivariate Data Analysis (Hair,1995)

Tabel diatas menggambarkan tentang pengaruh antara ukuran sampel, pilihan *significance level* (α) dan jumlah variabel bebas untuk mengetahui jumlah R² yang signifikan. Sebagai contoh, peneliti memakai 5 variabel independen, dengan *significance level* (α) sebesar 0,05, sedangkan ukuran sample yang dijadikan acuan sebesar 50 responden, maka nilai R² adalah sebesar 23 persen, jika jumlah ukuran sample meningkat menjadi 100 responden, maka nilai R² adalah 29 persen.

Ukuran sampel juga berpengaruh pada penyamarataan hasil-hasil oleh rasio observasi terhadap variabel-variabel bebas. Satu aturan umum bahwa rasio tidak boleh dibawah antara 1 sampai dengan 5, peneliti akan menemui resiko *overfitting* atau hasil yang kesannya terlalu dipaksakan dari sampel – sampel yang ada, sehingga menjadikan hasil yang diperoleh terlalu sesifik, sehingga mengurangi penyamarataan, walaupun rasio minimumnya adalah 5 sampai 1, level yang diharapkan antara 15 hingga 20 observasi untuk setiap variabel bebas, oleh karena itu dalam penelitian ini diambil 60 sampel, yang diperoleh dari 20 observasi dikalikan dengan 3 variabel bebas.

Populasi pada penelitian ini adalah pemegang usaha waralaba yang berada di wilayah Tembalang, Semarang. Karena jumlah populasi ini tersebar dan sulit diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagaimana tertera dibawah ini

Dalam menentukan data yang akan diteliti teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling. Non probability sampling adalah teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel. Responden yang dipilih adalah pemegang usaha waralaba di Tembalang

3.3 Jenis dan Sumber Data

Dalam sebuah penelitian, data memegang peranan penting yaitu sebagai alat pembuktian hipotesis serta pencapaian tujuan penelitian. Penelitian harus mengetahui jenis data apa saja yang diperlukan dan bagaimana mengidentifikasi, mengumpulkan, serta. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Penelitian ini menggunakan data primer dari hasil pengisian kuesioner yang diberikan kepada responden mengenai identitas responden (usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan) dan tanggapan responden setelah membeli suatu merek waralaba untuk mengetahui tingkat keberhasilan usaha waralaba

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa keterangan maupun literature yang ada hubungannya dalam penelitian yang sifatnya melengkapi data primer. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari jurnal, buku, serta penelitian terdahulu yang membuat informasi atau data–data yang berkaitan dengan penelitian berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Analisis kuantitatif merupakan metode analisis dengan angka – angka yang dapat

dihitung maupun diukur. Analisis kuantitatif ini dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya dengan menggunakan alat analisis statistik.

Sumber data yang digunakan peneliti adalah data primer. Data primer yang ada dalam penelitian ini merupakan hasil penyebaran kuesioner pada sampel yang telah ditentukan (pemegang usaha waralaba di wilayah Tembalang), berupa data mentah dengan skala likert untuk mengetahui respon dari responden yang ada tentang karakteristik usaha, lokasi usaha dan kemampuan manajerial pemegang usaha waralaba di Tembalang, Semarang. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan data sekunder, yaitu data yang berasal dari hasil penelitian sebelumnya, dan literatur-literatur lainnya.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian ilmiah, metode pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat, dan terpercaya (Supranto, 1996). Terdapat beberapa metode saat melakukan pengumpulan data diantaranya adalah:

- a. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab langsung sambil bertatap muka (Dajan, 1986).

b. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah suatu metode pengumpulan data dengan cara mempelajari literature yang dapat menunjang serta melengkapi data yang diperlukan serta berguna bagi penyusunan penelitian ini.

c. Kuesioner

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan akan memberikan respon atas pertanyaan tersebut. Dalam kuesioner ini nantinya terdapat rancangan pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan tiap pertanyaan merupakan jawaban – jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesis. Dibandingkan dengan interview guide daftar pertanyaan atau kuesioner lebih terperinci dan lengkap.

3.5 Metode Analisis

Agar suatu data yang dikumpulkan dapat bermanfaat, maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu, sehingga dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan. Tujuan metode analisis data adalah untuk menginteprestasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Berdasarkan tujuan dari

penelitian ini, maka beberapa metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut.

3.5.1 Analisis Kualitatif

Analisis data kualitatif adalah analisis yang berdasarkan data yang dinyatakan dalam bentuk urutan. Data kualitatif ini merupakan data yang hanya dapat diukur secara tidak langsung (Sutrisno Hadi, 1996). Proses analisis kualitatif dilakukan dalam tahapan sebagai berikut :

a. Pengeditan (*Editing*)

Pengeditan adalah memilih atau mengambil data yang perlu dan membuang data yang dianggap tidak perlu, untuk memudahkan perhitungan dalam pengujian hipotesa.

b. Pemberian Kode (*Coding*)

Proses pemberian kode tertentu terhadap maca dari kuesioner untuk kelompok ke dalam yang sama

c. Pemberian Skor (*Scoring*)

Mengubah data yang bersifat kualitatif ke dalam bentuk kuantitatif. Dalam penelitian ini urutan pemberian skor menggunakan skala Likert.

d. Tabulating

Pengelompokan data atas jawaban dengan benar dan teliti kemudian dihitung dan dijumlahkan sampai berwujud dalam bentuk yang berguna. Berdasarkan hasil

tabel tersebut akan dispakati untu membuat data tabel agar mendapatkan hubungan atau pengaruh antara variabel-variabel yang ada.

3.5.2 Analisis Kuantitatif

Penyelesaikan penelitian ini dengan menggunakan teknik analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan cara menganalisis suatu permasalahan yang diwujudkan dengan kuantitatif. Dalam penelitian ini, karena jenis data yang digunakan adalah data kualitatif, maka analisis kuantitatif dilakukan dengan cara mengkuantifikasi data-data penelitian ke dalam bentuk angka-angka dengan menggunakan skala rasio (*ratio scale*) dan skala likert 5 poin (*5-point likert scale*).

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan program SPSS 16. Alasan penggunaan alat analisis regresi linier berganda adalah karena kemudahan penggunaannya. Disamping itu, alasan penggunaan alat analisis regresi SPSS 16 adalah karena penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yang mana hal tersebut cocok untuk digunakannya alat analisis regresi SPSS 16. Beberapa langkah yang dilakukan dalam analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

3.5.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji reabilitas adalah pengujian untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable

dan handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengukuran uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara one shot (pengukuran sekali saja). Disini pengukuran hanya dilakukan sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan ciri Cronbach Alpha $> 0,60$ Nunnaly (dalam Ghozali, 2005).

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. Pengukuran validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan correct item-Total correlation (Ghozali, 2005, h.49).

3.5.2.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu, agar data sampel yang diolah benar – benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Pengujian meliputi:

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen maupun variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. “Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal” (Ghozali, 2005). Dalam penelitian ini digunakan cara analisis plot grafik histogram. Analisis normalitas data dengan menggunakan grafik histogram dilakukan dengan cara melihat apakah posisi histogram berada di tengah – tengah atau tidak. Apabila posisi histogram sedikit menceng ke kiri ataupun ke kanan, maka data tidak berdistribusi secara normal.

Namun demikian dengan hanya melihat histogram hal ini bisa menyesatkan khususnya untuk jumlah tipe sampel yang kecil. Metode yang lebih handal adalah melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. “Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya” (Ghozali, 2005).

2. Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk menguji adanya kolerasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel – variabel independen saling berkolerasi, maka variabel – variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen sama dengan nol.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan cara melihat nilai *variance inflation factor (VIF)*. Jika nilai *VIF* lebih besar dari 10, maka terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model inilah yang diharapkan terjadi.

Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda, maka terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2005).

Untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi heteroskedastisitas atau tidak, penelitian ini menggunakan grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen. Uji heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel bebas, yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED di mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah *distadentized*.

3.5.2.3 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan deskripsi suatu data yang dilihat dari rata-rata, standar deviasi, modus, maksimum-minimum. Hal ini perlu dilakukan untuk melihat gambaran keseluruhan dari sampel yang berhasil dikumpulkan dan memenuhi syarat untuk dijadikan sampel penelitian.

3.5.2.4 Analisis Regresi

Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel independen diasumsikan random/stokastik, yang berarti mempunyai distribusi probabilistik. Variabel independen diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana

a = konstanta

$b_1..b_3$ = koefisiensi regresi

Y = variabel keberhasilan usaha

X1 = variabel karakteristik wirausaha

X2 = variabel lokasi usaha

X3 = variabel kemampuan manajerial

e = eror

3.5.3 Alat Analisis

3.5.3.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F yaitu uji untuk mengetahui pengaruh variabel independen, yaitu kepercayaan (X_1), kemudahan (X_2), dan kualitas informasi (X_3) secara simultan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y). Kriteria yang digunakan adalah:

1. $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen, yaitu kepercayaan (X_1), kemudahan (X_2), dan kualitas informasi (X_3) secara simultan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).
2. $H_a : b_1 - b_3 > 0$, artinya ada pengaruh positif yang signifikan dari variabel independen, yaitu kepercayaan (X_1), kemudahan (X_2), dan kualitas informasi (X_3) secara simultan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

Sedangkan kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$)
2. Distribusi t dengan derajat kebebasan ($n - k$)
3. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
4. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3.5.3.2 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen dengan parsial atau individual terhadap variabel dependen. Kriteria yang digunakan adalah:

1. $H_0 : b_i = 0$, artinya suatu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. $H_1 : b_i > 0$, artinya suatu variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Sedangkan kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Taraf signifikan ($\alpha = 0,05$)
2. Distribusi t dengan derajat kebebasan ($n - k$)
3. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
4. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

3.5.3.3 Koefisiensi Determinasi (Adj. R^2)

Koefisiensi determinasi digunakan untuk menjelaskan proporsi variabel dependen yang mampu dijelaskan oleh variabel independennya. Nilai koefisiensi determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.