

## Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing Mempengaruhi Keberhasilan Usaha pada Pedagang Kaki Lima Alun-Alun Trunojoyo Kabupaten Sampang

Lutfiana<sup>1</sup>, Septian Eko Haryansya<sup>2</sup>, Faisol<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Nazhatut Thullab Al-Muafa Sampang, Indonesia

\*Korespondensi: [ryanharyansyah18@gmail.com](mailto:ryanharyansyah18@gmail.com)

Received: 11-01-2024

Revised: 15-02-2024

Accepted: 19-03-2024

### Abstract

*This study aims to analyze the influence of entrepreneurial characteristics and competitive advantages on the success of street vendor businesses in Trunojoyo Square, Sampang Regency. This study uses a survey method with a sample of 120 street vendors operating in Trunojoyo Square. The data were analyzed using multiple linear regression to test the relationship between these variables. The research that has been conducted shows the results that the characteristics of entrepreneurship and competitive advantage influence the success of business in Street Vendors in Trunojoyo Square, Sampang Regency with the results of the partial test (t-test) of entrepreneurial characteristics on business success in street vendors are known that the Count Value is  $2.595 > 1.657$ . The Effect of Competitive Advantage on Business Success in Street Vendors is known to have a Calculated Value of  $3,618 > 1,657$ . These results show that partially, entrepreneurial characteristics and competitive advantages have a positive and significant effect on business success in Street Vendors in Trunojoyo Square, Sampang Regency. In addition, the results of the F test score were obtained from  $F_{cal} > F_{table}$  ( $49.726 > 2.72$ ) with a probability level ( $0.00 < 0.05$ ). The Adjusted R<sup>2</sup> (R Square) value of 0.261 shows that the characteristics of entrepreneurship and competitive advantage explain its influence on business success, which is 0.261 or 26.1%, while the remaining 79.7% is caused by other factors that were not studied in this study.*

**Keywords:** Characteristics of Entrepreneurship, Competitive Advantage, Business Success

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik kewirausahaan dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha pedagang kaki lima di Alun-Alun Trunojoyo, Kabupaten Sampang. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan sampel 120 pedagang kaki lima yang beroperasi di Alun-Alun Trunojoyo. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk menguji hubungan antara variabel-variabel tersebut. Penelitian yang telah dilakukan menunjukkan hasil bahwa faktor kataakteristik kewirausahaan dan keunggulan bersaing memberikan pengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Pedagang Kaki Lima Alun-Alun Trunojoyo Kabupaten Sampang dengan Hasil dari uji parsial (uji t) karakteristik kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada Pedagang kaki Lima diketahui bahwa Nilai Thitung  $2,595 > 1,657$ . Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap keberhasilan usaha pada pedagang kaki lima diketahui bahwa Nilai Thitung  $3.618 > 1,657$ . hasil ini menunjukkan bahwa secara parsial karakteristik kewirausaha dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Pedagang Kaki Lima Alun-Alun Trunojoyo Kabupaten Sampang. Selain itu hasil nilai uji F diperoleh  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $49,726 > 2,72$ ) dengan tingkat probability ( $0,00 < 0,05$ ). Nilai Adjusted R<sup>2</sup> (R Square) sebesar 0,261 menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan dan keunggulan bersaing menjelaskan

pengaruhnya terhadap keberhasilan usaha yaitu sebesar 0,261 atau 26,1% Sedangkan sisanya 79,7% disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Karakteristik Kewirausahaan, Keunggulan Bersaing, Keberhasilan Usaha

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan sektor mengampu perekonomian yang berkaitan dengan aspek kuliner, fashion, dan kesenian. Keunggulan usaha mikro kecil menengah bukan hanya peningkatan tenaga kerja dan kesejahteraan Masyarakat tapi juga dapat menguatkan masalah ketidak stabilan sosial yang terjadi di lingkungan Masyarakat sekitar (Faisol *et al.*, 2024). Selain itu kewirausahaan menyebar diberbagai daerah yang bisa memberikan nilai tambah bagi pemerintahan ekonomi (Ludiya, 2020). Kewirausahaan memainkan peran penting dalam kemajuan ekonomi dan kualitas hidup suatu negara. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,19 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,97% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi (Putri *at al.*, 2023).

Karakteristik wirausaha merupakan bagian penting dalam kewirausahaan akan menentukan keberhasilan seorang wirausaha dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya (Haryansyah, 2024). Tanpa adanya karakteristik wirausahawan maka usaha tersebut dapat dipastikan tidak akan berjalan lancar dan sesuai harapan (Anas & Faisol, 2024). Selain itu, keberhasilan berwirausaha dapat juga dipengaruhi oleh keunggulan bersaing, dalam hal menyediakan produk di pasar dan respon terhadap keluhan konsumen seperti kualitas produk, kebutuhan konsumen, serta adanya inovasiproduk yang berkelanjutan (Sukma *at al.*, 2022; Santoso *et al.*, 2024).

Bukan hanya karakter kewirausahaan yang mempengaruhi keberhasilan usaha, tapi keunggulan bersaing juga mempengaruhi keberhasilan usaha, karna dengan adanya keunggulan bersaing para usaha akan mengoptimalkan sumber daya yang ada untuk memproduksi barang lebih baik sehingga para konsumen merasa sangat puas dan pangsa pasar akan lebih luas (Lestari, 2019). Sebuah usaha menggunakan strategi kolaboratif untuk memperoleh keunggulan yang lebih besar di pasarnya. Mengingat seberapa cepat bisnis berkembang, pengusaha perlu memiliki keunggulan tertentu agar dapat bersaing. agar Pengusaha menjadi pemimpin pasar, maka harus mempunyai strategi yang membedakan produk itu dengan yang lain. Ada tiga yang menjadi faktor dalam bersaing, yaitu kualitas, harga dan layanan (Dahmiri, 2020; Iswahyudi *et al.*, 2023).

Maka dari itu penelitian tentang pengaruh karakteristik kewirausahaan dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha pada pedagang kaki lima Alun-alun Trunojoyo Kabupaten Sampang dilakukan yang bertujuan untuk mengetahui karakteristik kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada pedagang

kaki lima Alun-alun Trunojoyo Kabupaten Sampang, keunggulan bersaing berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada pedagang kaki lima Alun-alun Trunojoyo Kabupaten Sampang, serta seberapa besar pengaruh karakteristik kewirausaha dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha pada pedagang kaki lima Alun-alun Trunojoyo Kabupaten Sampang.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Karakteristik Kewirausahaan**

Karakteristik kewirausahaan merupakan Faktor internal yang dapat menentukan keberhasilan usaha termasuk semangat, keinginan untuk berinovasi, berani mengambil risiko, selalu menerima tanggung jawab dengan sebaik mungkin, dan keinginan untuk berprestasi (Bangun dan Batubara, 2021). Karakteristik wirausaha yang baik sangat berpengaruh pada kepercayaan diri seorang pengusaha dalam menjalankan usahanya, yang menyebabkan mereka merasakan keberhasilan. Ini pasti akan memiliki dampak pada output usaha yang semakin meningkat (Nugroho at al. 2023).

### **Keunggulan Bersaing**

Strategi untuk mendapatkan keuntungan dari wirausaha yang bekerja sama untuk berkompetisi di pasar yang lebih baik dikenal sebagai keunggulan bersaing. Tujuan dari strategi ini adalah untuk mendapatkan keunggulan bersaing yang terus menerus agar Perusahaan masih dapat bertahan sebagai pemimpin pasar. Pengusaha akan sangat senang apabila mempunyai keunggulan bersaing yang secara terus menerus (Srinana, 2023). Keunggulan bersaing harus mampu membentuk persepsi unik bagi pelanggan. Keunggulan bersaing juga harus mampu memahami perubahan struktur pasar dan mampu membuat strategi pemasaran yang efektif.

### **Keberhasilan Usaha**

Keberhasilan usaha adalah hasil dari pencapaian maksimal dari kegiatan usaha, di mana keberhasilan secara nyata dari para wirausaha adalah materi yang semakin meningkat. Kesuksesan bisnis dalam hal ini ditunjukkan dalam lima hal, yaitu peningkatan jumlah penjualan, peningkatan hasil produksi, peningkatan keuntungan atau profit, dan peningkatan cepat dan memuaskan bisnis. Salah satu ukuran keberhasilan usaha dalam menerapkan strategi pemasarannya adalah mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Semakin banyak pelanggan yang menerima produk atau jasa yang ditawarkan, semakin puas mereka, dan ini menunjukkan bahwa strategi tersebut sudah cukup berhasil, (Srinana. 2023).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiono 2018). Penelitian ini dilakukan

di Alun-Alun Trunojoyo Kabupaten Sampang. Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang kaki lima Alun-Alun Trunojoyo Kabupaten Sampang yang terdiri dari 3 paguyuban, perpaguyuban  $\geq 55$  pedagang kaki lima. Sampel dalam penelitian ini adalah pedagang kaki lima alun-alun trunojoyo kabupaten sampang. Jumlah sample yang ditemukan yaitu 120 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu: observasi, koesioner (Angket), dokumentasi.

Dari uraian masalah yang ada, dapat dimunculkan suatu hipotesis penelitian sebagai berikut:

1.  $H_a^1$ : diduga Terdapat pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada pedangan kaki lima alun-alun trunojoyo Kabupaten sampang.
2.  $H_a^2$ : diduga Terdapat pengaruh keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha pada pedagang kaki lima alun-alun trunojoyo Kabupaten Sampang.
3.  $H_a^3$ : Terdapat pengaruh karakteristik kewirausahaan dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha pada pedagang kaki lima alun-alun trunojoyo Kabupaten Sampang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Hasil uji Validitas dan Reliabilitas Berdasarkan hasil analisis tes validitas dari 102 kuesioner, menunjukkan bahwa nilai dari setiap indikator lebih besar dari 0,5 (table r) sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap penelitian adalah valid dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut. Tes reliabilitas juga menunjukkan bahwa nilai dari Cronbach Alpha dari setiap variabel lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner dalam penelitian ini reliabel.

**Tabel 1.** Hasil Uji Hipotesis

| Coefficients <sup>a</sup> |                                       |           |                              |        |      |                                   |       |
|---------------------------|---------------------------------------|-----------|------------------------------|--------|------|-----------------------------------|-------|
| Model                     | <u>Unstandardized</u><br>Coefficients |           | Standardized<br>Coefficients | t      | Sig. | <u>Collinearity</u><br>Statistics |       |
|                           | B                                     | Std.Error |                              |        |      | Tolerance                         | VIF   |
| 1 (Constant)              | -.422                                 | .891      |                              | -.473  | .637 |                                   |       |
| X1                        | .133                                  | .041      | .347                         | 3.222  | .002 | .695                              | 1.439 |
| X2                        | -.103                                 | .040      | -.275                        | -2.554 | .012 | .695                              | 1.439 |

a. Dependent Variable: abs\_res

### Uji Hipotesis I

Berdasarkan pada tabel 4.8 dilakukan analisis dengan sampel pedagang kaki lima adalah sebagai berikut: Nilai Thitung karakteristik kewirausahaan adalah sebesar 2,595. Bila taraf kesalahan 5% dan degree of freedom (df) =  $120 - 2 = 118$ , maka dapat diketahui bahwa Nilai Thitung  $2,595 > 1,657$  dan diketahui nilai signifikansi variabel

karakteristik kewirausahaan sebesar  $0,011 < 0,05$ . Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Data mendukung hipotesis alternatif pertama. Hal ini dapat disimpulkan bahwa karakteristik kewirausahaan berpengaruh secara parsial terhadap keberhasilan usaha.

### **Uji Hipotesis 2**

Berdasarkan pada tabel 4.12 dilakukan analisis dengan sampel pengguna aplikasi Shopee adalah sebagai berikut: Nilai Thitung kaunggulan bersaing adalah sebesar 3.618. Bila taraf kesalahan 5% dan degree of freedom (df) =  $120 - 2 = 118$ , maka dapat diketahui bahwa Nilai Thitung  $3.618 > 1,657$  dan diketahui nilai signifikansi variabel keunggulan bersaing sebesar  $0,001 < 0,05$ . Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Data mendukung hipotesis alternatif kedua. Hal ini dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh secara parsial terhadap keberhasilan usaha.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha**

Variabel karakteristik kewirausahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,011 kurang dari taraf kesalahan 0,05 dengan nilai Thitung sebesar 2,595, maka variabel tersebut dapat dikatakan memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel keberhasilan usaha. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya yaitu Nugroho dan Fu'ad, (2023), berjudul "Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Motivasi dan Lingkungan Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Tenun Ikat Desa Troso Jepara". Dengan hasil nilai t-statistik KW  $\rightarrow$  KU sebesar  $2,309 > t$ -tabel 1,664 dan nilai P-Values  $0,011 < \text{nilai alpha } 0,05$ . Sehingga dapat diartikan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan "Karakteristik wirausaha berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha" diterima.

### **Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Usaha**

Keunggulan bersaing memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 kurang dari taraf kesalahan 0,05 dengan nilai Thitung sebesar 3,618, maka variabel tersebut dapat dikatakan memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel keberhasilan usaha. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan Zikri dan Zainora, (2023) berjudul " Analisis Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha". Dengan nilai nilai Thitung  $> T$ tabel ( $2,327 > 2,011$ ) dan nilai t-sig  $< \alpha$  5% ( $0,024 < 0,050$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara parsial keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pedagang di Pasar Blok B Kota Langsa.

### **Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Usaha**

Karakteristik kewirausahaan dan keunggulan bersaing memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari taraf kesalahan 0,05 dengan nilai Fhitung sebesar 21,965, maka variabel tersebut dapat dikatakan memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel keberhasilan usaha. Hal ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yaitu Sukma at al., (2022), berjudul "Karakteristik Kewirausahaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Berwirausaha" dengan hasil nilai signifikasi sebesar  $0.000 <$

0,05 dan nilai F hitung sebesar 49,726 dengan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $49,726 > 2,72$ ). Maka dari analisis di atas dapat dinyatakan bahwa karakteristik wirausaha dan keunggulan bersaing berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan berwirausaha

## KESIMPULAN

Berdasarkan analisis pengujian hipotesis secara parsial (Uji T), hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel karakter kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan berwirausaha pada Pedagang Kaki Lima Alun-Alun Trunojoyo Kabupaten Sampang. Berarti hipotesis pertama diterima. Berdasarkan analisis pengujian hipotesis secara parsial (Uji T), hasil penelitian membuktikan bahwa variabel keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan berwirausaha berwirausaha pada Pedagang Kaki Lima Alun-Alun Trunojoyo Kabupaten Sampang. Berarti hipotesis kedua diterima. Berdasarkan analisis pengujian hipotesis secara simultan (Uji F), hasil penelitian membuktikan bahwa variabel karakter kewirausahaan dan keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan berwirausaha pada Pedagang Kaki Lima Alun-Alun Trunojoyo Kabupaten Sampang. Berarti hipotesis ketiga diterima.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alhamid, F. R, Halawiyah, M, Cholimah, A. N, & Hanifah, N. 2023. Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mixue di Kota Jayapura. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 3 (3): 163-154.
- Anggito, A & Setiawan, J. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak.
- Dharmmesta, B. S. & Hani. 2014. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Faisol, F., & Alim, M. N. (2024). Analysis of the Fraud Prevention Model at KSPP Syariah BMT NU Torjun Branch. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 8(1), 38-49.
- Faisol, F., Qomariyah, N., Maisaroh, S., Aminullah, M., & Romadhon, M. A. S. (2024). Menelisik Strategi Badan Usaha Milik Desa dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Desa. *Hatta: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 2(2), 91-100.
- Hasan, A. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Jakarta: MedPress.
- Iswahyudi, A. P., Faisol, F., Akbar, M., Wati, S., & Munawaroh, S. (2023). Effectiveness of Risk Management on a Company's Financial Performance: Study of Meta Analysis. *Journal of Business Management and Economic Development*, 1(02), 366-378.
- Kotler, P & Amstrong, G. 2010. *Prinsip–Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, p & Killer. 2016. *Manajemen Pemasaran*. 12th Edition. Jakarta: PT. Indeks.
- Kandau, M.R & Munawaroh. 2023. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Differentiation Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Erni Dimsum Di Medan Johor. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 4 (2): 547-554

- Kosasih, V. A. 2017. Perencanaan Strategi Pemasaran Online Untuk End-User Pant Of Shoes Berdasarkan SWOT. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2 (2): 183-190.
- Rofiki, M & Muhaimin, K. 2019. Strategi Pemasaran Online Shop: Upaya Untuk Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Istiqro Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis*, 7 (2): 203-219.
- Ramadani, R, Rahmawati, N, Kurniawan, T, & Nazila, H. 2023. Perencanaan Sistem Pemasaran Usaha Mikro Kecin dan Menengah (UMKM) Berbasisi Web di Desa Danau Lamo. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 4 (2): 253-258.
- Rofik, M., Faisol, F., Wahyudin, A., & Hanafi, H. (2025). Analisis Model Pemasaran UD Peternak Ayam Petelur dalam Meningkatkan Omzet Penjualan. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 5(2), 4564-4575.
- Rahmi, A & Yogia, M.A. 2019. Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dikalangan Mahasiswa (Study Kasus Mahasiswa Fisipol Universitas Islam Riau. 149-172.
- Santoso, F., Faisol, F., & Haryansyah, S. E. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Sektor Pariwisata. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(6), 3367-3375.
- Sidiq, R. 2016. *Teknik Berjualan dengan Digital Marketing*. Yogyakarta: Deepublish.
- Salmiah dkk. 2020. *Online Marketing*. Makasar: Yayasan Kita Menulis.
- Suprayitno, A, Rochaeni, S, & Purnomowati, R. 2015. Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Gado-Gado Boplo. *Jurnal Agribisnis*, 9 (2): 177-214.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian pemasaran Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Umar, H. 2001. *Strategi Management in Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Widiyanti dan Oktavia. 2021. Strategi Pemasaran Berbasis Online Pada Produk Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) "Sukses Bersama" Desa Sugihwaras Kabupaten Sidoarjo. *Islamic Banking and Finance*, 4 (1): 242-252.
- Yulianti Farida, Lamsah dan Periyadi. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish. 1.
- Wahyudin, A., Faisol, F., Haryadi, B., & Hayati, N. (2024). EKSPLORASI PERAN METAVERSE DALAM INOVASI LAYANAN KEUANGAN: PELUANG, TANTANGAN, DAN MASA DEPAN PERBANKAN DIGITAL. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 4(4), 999-1020.