

**PENGARUH PENGGUNAAN *MARKET PLACE*, KEBERANIAN
MENGAMBIL RESIKO DAN PENGETAHUAN BERWIRA
USAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA
PD ERA JAYA MEDAN**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis Oleh :
KELVIN APRILIO
191010031**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

Judul : **PENGARUH PENGGUNAAN MARKET PLACE,
KEBERANIAN MENGAMBIL RESIKO DAN
PENGETAHUAN BERWIRAUSAHA
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PD
ERA JAYA MEDAN**

Nama : **Kelvin Aprilio**

NIM : **191010031**

Program Studi : **Manajemen**

Perguruan Tinggi : **STIE Eka Prasetya**

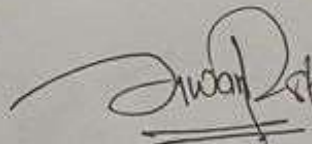
Disetujui Oleh :
Tim Pembimbing

Pembimbing I,



Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M
NIDN : 0112027303

Pembimbing II,



Irvan Rolyesh Situmorang S.E., M.Si.
NIDN : 0115019003

STIE Eka Prasetya

Diterima dan dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

Judul : PENGARUH PENGGUNAAN *MARKET PLACE*,
KEBERANIAN MENGAMBIL RESIKO DAN
PENGETAHUAN BERWIRAUUSAHA TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA PD ERA JAYA MEDAN

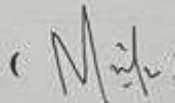
Nama : Kelvin Aprilio
NIM : 191010031
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Pada 04 July 2023
Dewan Penguji,

Penguji I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN : 0006037202



Penguji II : Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si.
NIDN : 0104127904



STIE Eka Prasetya,
Ketua



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN : 0006037202

Uraian foto, jajan, foto & keluarga
datang ke foto foto & keluarga
Tim, Kecamatan Medan...

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil Atau pekerjaan orang lain dalam Tugas Akhir saya maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut diatas maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program Sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	Kelvin Aprilio
NIM	191010031
Judul Skripsi	Pengaruh Penggunaan <i>Market Place</i> , Keberanian Mengambil Resiko Dan Pengetahuan Berwira Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan
Pembimbing Skripsi yang diusulkan :	
Pembimbing -I	Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M
Pembimbing -II	Irvan Rolyesh Situmorang S.E., M.Si

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 12 Mei 2023



Kelvin Aprilio
191010031

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu peneliti mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Proposal Skripsi dengan judul **“PENGARUH PENGGUNAAN MARKET PLACE, KEBERANIAN MENGAMBIL RESIKO DAN PENGETAHUAN BERWIRAUSAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PD ERA JAYA MEDAN”** sesuai dengan waktu yang sudah dijadwalkan.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan Proposal Skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center, Bapak Susanto, ST., S.Pd., M.M.
2. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya sekaligus Dosen Pembimbing I, Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M. yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini
4. Bapak Irvan Rolyesh Situmorang S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
5. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M
6. Kepala Bagian Akademik Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.

7. Kepala Bagian Keuangan Ibu Elysa, S.M.
8. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M.
9. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Medan.
10. Kedua orang tua tercinta, saudariku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, materil maupun spiritual.

Peneliti menyadari Proposal Skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan Proposal Skripsi ini sangat diharapkan peneliti.

Akhir kata, semoga Proposal Skripsi ini bermanfaat bagi pembaca. Terima Kasih.

Medan, 12 Mei 2023
Peneliti

Kelvin Aprilio
191010031

ABSTRAK

Kelvin Aprilio, 191010031, 2023, Pengaruh Penggunaan *Market Place*, Keberanian Mengambil Resiko, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan, STIE Eka Prasetya, Program, Studi Manajemen, Pembimbing I : Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M., Pembimbing II : Irvan Rolyesh Situmorang S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Penggunaan *Market Place*, Keberanian Mengambil Resiko, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu yang diperoleh dalam bentuk angka dan bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada Era Jaya Medan sebanyak 13.782 pelanggan. Teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah rumus Slovin dan berjumlah sebanyak 100 responden.

Data analisis menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Keberhasilan Usaha = 2.565 + 0.378 *Marketplace* + 0.318 Resiko + 0.314 Pengetahuan Berwirausaha + e**. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa *Marketplace* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan berdasarkan hasil uji secara parsial yaitu nilai $t_{hitung} 3.518 > t_{tabel} 1,98472$ dan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan berdasarkan hasil uji secara parsial yaitu nilai $t_{hitung} 2.132 > t_{tabel} 1,98472$ dan nilai signifikan sebesar $0,036 < 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan berdasarkan hasil uji secara parsial yaitu nilai $t_{hitung} 3.481 > t_{tabel} 1,98472$ dan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Marketplace*, Keberanian Mengambil Resiko dan Pengetahuan Berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan berdasarkan hasil uji secara simultan yaitu nilai $F_{hitung} 18.519 > F_{tabel} 2.70$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai *R Square* adalah sebesar 0,457 berarti *Marketplace*, Keberanian Mengambil Resiko dan Pengetahuan Berwirausaha dapat menjelaskan Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan sebesar 45.7% dan sisanya 54.3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini seperti motivasi berwirausaha, pengetahuan berwirausaha

Kata Kunci : Penggunaan *Market Place*, Keberanian Mengambil Resiko, Pengetahuan Kewirausahaan, Keberhasilan Usaha

ABSTRACT

Kelvin Aprilio, 191010031, 2023, *The Influence of Using Market Place, Courage to Take Risks, and Entrepreneurial Knowledge on Business Success PD Era Jaya Medan*, STIE Eka Prasetya, Program, Management Studies, Advisor I : Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M., Supervisor II : Irvan Rolyesh Situmorang S.E., M.Sc.

This study aims to determine the Effect of Using Market Place, Willingness to Take Risks, and Entrepreneurial Knowledge on Business Success in PD Era Jaya Medan. The research methodology used is a quantitative descriptive method. The type of data used in this study is quantitative data, which is obtained in the form of numbers and numbers. Source of data in the form of primary data and secondary data. The population in this study were consumers at Era Jaya Medan, totaling 13,782 customers. The sampling technique used in this study was the Slovin formula and there were 100 respondents.

Data analysis using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the equation $\text{Business Success} = 2.565 + 0.378 \text{ Marketplace} + 0.318 \text{ Risk} + 0.314 \text{ Knowledge of Entrepreneurship} + e$. The results of the research analysis show that the Marketplace has a positive and significant effect on the business success of PD Era Jaya Medan based on the partial test results, namely $t_{\text{count}} 3.518 > t_{\text{table}} 1.98472$ and a significant value of $0.001 < 0.05$. The results showed that risk had a positive and significant effect on the business success of PD Era Jaya Medan based on the partial test results, namely $t_{\text{count}} 2.132 > t_{\text{table}} 1.98472$ and a significant value of $0.036 < 0.05$. The results showed that promotion had a positive and significant effect on the business success of PD Era Jaya Medan based on the partial test results, namely $t_{\text{count}} 3.481 > t_{\text{table}} 1.98472$ and a significant value of $0.001 < 0.05$. The results showed that the Marketplace, Courage to Take Risks and Entrepreneurial Knowledge had a positive and significant effect on the business success of PD Era Jaya Medan based on simultaneous test results, namely the value of $F_{\text{count}} 18.519 > F_{\text{table}} 2.70$ with a significant value of $0.000 < 0.05$. The results of this study are supported by the R Square value of 0.457 which means Marketplace, Courage to Take Risks and Knowledge of Entrepreneurship can explain the Business Success of PD Era Jaya Medan by 45.7% and the remaining 54.3% is influenced by other variables outside of this study such as entrepreneurial motivation, entrepreneurial knowledge

Keywords: Use of Market Place, Courage to Take Risks, Entrepreneurial Knowledge, Business Success

MOTTO

“Keberhasilan adalah kemampuan untuk melewati dan mengatasi dari satu kegagalan kekegagalan berikutnya tanpa kehilangan semangat.”

(KELVIN APRILIO)

“Lebih baik bertempur dan kalah daripada tidak pernah bertempur sama sekali.”

(KELVIN APRILIO)

Persembahan

Dengan segala kerendahan hati Skripsi ini kupersembahkan kepada :

Puji Syukur kepada Sang Hyang Adi Buddha Tuhan Yang Maha Esa, karena atas kasih dan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih karena telah mendegar doa penulis agar menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar.

Kepada Kedua Orang tuaku tercinta Papa, Mama dan Saudara-saudari yang ku sayangi, karena selalu memberi motivasi dan dukungan serta kasih sayang yang besar dan tulus dari lahir sampai sekarang baik moral maupun materi. Terima kasih atas dukungan kalian untukku menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini ku persembahkan untuk kalian sebagai wujud rasa terima kasih ku kepada kalian atas pengorbanan dan jerih payah kalian.

Kepada kedua dosen pembimbing saya Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M dan Bapak Irvan Rolyesh Situmorang S.E., M.Si.

Kepada Sahabat Kuliah saya (Suriato S.M, Veiren S.M.), karena telah menemani dan bersama-sama bimbingan, memberi semangat dalam suka maupun duka agar sama-sama belajar dan wisuda bersama-sama.

Kepada Masa Depan (Jennifer), Terima kasih atas kasih dan perhatianmu, karena telah memberikan semangat dan dukungan kepada saya selama ini untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik, dan tidak lupa menemani saya saat belajar skripsi ini.

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN PLAGIATRISME

KATA PENGANTARv

ABSTRAK.....vii

ABSTRACT.....viii

MOTTO.....ix

PERSEMBAHANx

DAFTAR ISIxi

DAFTAR TABELxvii

DAFTAR GAMBAR xviii

DAFTAR LAMPIRANxvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....1

1.2 Identifikasi Masalah5

1.3 Batasan Masalah.....5

1.4 Rumusan Masalah6

1.5 Tujuan Penelitian.....6

1.6 Kegunaan Penelitian7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1	Tinjauan Pustaka	8
2.1.1	Teori Tentang Keberhasilan Usaha	8
2.1.1.1	Pengertian Keberhasilan Usaha.....	8
2.1.1.2	Penyebab Kesuksesan Usaha.....	9
2.1.1.3	Faktor Yang Mempengaruhi Kesuksesan Usaha.....	10
2.1.1.4	Penyebab Kegagalan Usaha	11
2.1.1.5	Indikator Kesuksesan Usaha.....	12
2.1.2	Teori Tentang Marketplace	13
2.1.2.1	Pengertian Marketplace	13
2.1.2.2	Fungsi Marketplace	14
2.1.2.3	Kelemahan Marketplace.....	15
2.1.2.4	Kelebihan Marketplace.....	16
2.1.2.5	Indikator Marketplace	17
2.1.3	Teori Tentang Resiko	18
2.1.3.1	Pengertian Resiko.....	18
2.1.3.2	Jenis-Jenis Resiko.....	19
2.1.3.3	Manfaat Manajemen Resiko Usaha.....	24
2.1.3.4	Indikator Resiko	26
2.1.4	Teori Tentang Pengetahuan Berwirausaha	27
2.1.4.1	Pengertian Pengetahuan Berwirausaha.....	27
2.1.4.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi	

Pengetahuan Berwirausaha.....	28
2.1.4.3 Indikator Pengetahuan Berwirausaha	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Kerangka Konseptual	32
2.4 Hipotesis.....	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34
3.1.1 Lokasi Penelitian.....	34
3.1.2 Waktu Penelitian.....	34
3.2 Jenis dan Sumber Data	34
3.2.1 Jenis Data	34
3.2.2 Sumber Data.....	35
3.3 Populasi dan Sampel.....	36
3.3.1 Populasi	36
3.3.2 Sampel.....	36
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data	38
3.6 Teknik Analisis Data	39
3.6.1 Uji Validitas	39
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	40
3.7 Uji Asumsi Klasik	40
3.7.1 Uji Normalitas	40

3.7.2	Uji Multikolonieritas	42
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas	43
3.8	Analisis Regresi Linear Berganda	44
3.9	Pengujian Hipotesis	44
3.9.1	Uji t (Uji Secara Parsial)	44
3.9.2	Uji F (Uji Secara Serempak)	45
3.10	Uji R^2 (Koefisien Determinasi).....	45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.	Hasil Penelitian.....	47
4.1.1.	Sejarah Singkat Era Jaya Medan	47
4.1.2.	Visi dan Misi Era Jaya Medan.....	48
4.1.3.	Struktur Organisasi Era Jaya Medan	48
4.1.4.	Karakteristik Responden.....	50
4.1.4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.1.4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
4.1.4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
4.1.5.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	52
4.1.5.1.	Uji Validitas	52
4.1.5.2.	Uji Reliabilitas	56
4.1.6.	Uji Asumsi Klasik	59
4.1.6.1.	Uji Normalitas.....	59

4.1.6.2. Uji Multikolinearitas	63
4.1.6.3. Uji Heteroskedastisitas.....	64
4.1.7. Analisis Regresi Linear Berganda	66
4.1.8. Uji Hipotesis	68
4.1.8.1. Uji t (Uji Secara Parsial).....	68
4.1.8.2. Uji F (Uji Secara Simultan)	70
4.1.9. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	71
4.2. Pembahasan	72
4.2.1. Pengaruh <i>Marketplace</i> terhadap Keberhasilan Usaha	72
4.2.2. Pengaruh Keberanian Mengambil Resiko terhadap Keberhasilan Usaha.....	73
4.2.3. Pengaruh Pengetahuan Berwirausaha terhadap Keberhasilan Usaha	74
4.2.4. Pengaruh <i>Marketplace</i> , Keberanian Mengambil Resiko dan Pengetahuan Berwirausaha terhadap Keberhasilan Usaha.....	74

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1. Kesimpulan.....	77
5.2. Implikasi Manajerial	78
5.3. Saran Akademis	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IZIN PENELITIAN

SURAT BALASAN RISET

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Toko Era Jaya Tahun 2016-2021.....	2
Tabel 2.1	Daftar Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	37
Tabel 3.2	Tingkat Skala	39
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Marketplace</i> (X_1)	53
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Resiko (X_2)	53
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Berwirausaha (X_3).....	54
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha (Y).....	55
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Marketplace</i> (X_1)	57
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Resiko (X_2)	57
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan Berwirausaha (X_3).....	58
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keberhasilan Usaha (Y).....	58
Tabel 4.12	Hasil Uji One Kolmogorov-Smirnov	62
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinearitas.....	63
Tabel 4.14	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
Tabel 4.15	Hasil Uji t (Uji Secara Parsial)	68
Tabel 4.16	Hasil Uji F (Uji Secara Simultan).....	70
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Fasilitas Shopee	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Era Jaya Medan.....	49
Gambar 4.2 Grafik Histogram	61
Gambar 4.3 Grafik Normal P-P Plot	61
Gambar 4.4 Grafik Heteroskedastisitas	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner

Lampiran 2 : Tabulasi Kuisisioner Uji Validitas

Lampiran 3 : Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4 : Tabulasi Kuisisioner Responden

Lampiran 5 : Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tingkat persaingan di Indonesia sangat ketat, karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai. Pada dasarnya semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya. Sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar menghadapi setiap produk yang diluncurkan.

Transportasi roda empat atau mobil sudah menjadi kebutuhan mendasar bagi masyarakat kalangan menengah keatas, jumlah pengguna transportasi jenis roda empat atau mobil ini semakin tidak terkendali hingga menyebabkan permasalahan yang kian rumit, seperti kemacetan jalan raya yang semakin tidak terkendali. Tingginya pertumbuhan pengguna transportasi jenis roda empat atau mobil ini juga membuat semakin banyak sekali sparepart yang dibutuhkan untuk perbaikan atas kerusakan dan perawatan dari mobil tersebut yang dimana hal ini menjadi peluang bagi sebagian produsen yang menimbulkan banyak sekali toko ataupun perusahaan yang bergerak di bidang sparepart mobil.

Toko Era Jaya merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang penjualan sparepart mobil dan juga berbagai macam aksesoris mobil. Toko ini sudah berdiri sejak tahun 2007 dan terus mengembangkan usahanya sampai saat ini sudah berkembang dengan pemasaran secara *online* di beberapa *market place* seperti Shopee dan Tokopedia, dengan adanya usaha tersebut toko ini dapat terus bertahan sampai dengan sekarang. Menurut Brahim (2021:44) Kesuksesan bisnis merupakan akumulasi dari kesuksesan dalam menaklukkan kegagalan demi kegagalan sehingga semuanya dapat terwujud. Beberapa tahun belakangan ini penjualan dari perusahaan terus mengalami penurunan, hal ini berdampak kurang baik bagi perusahaan. Penjualan perusahaan dapat terlihat pada tabel I.1 dibawah ini:

Tabel 1.1
Data Penjualan Toko Era Jaya Tahun 2018-2021

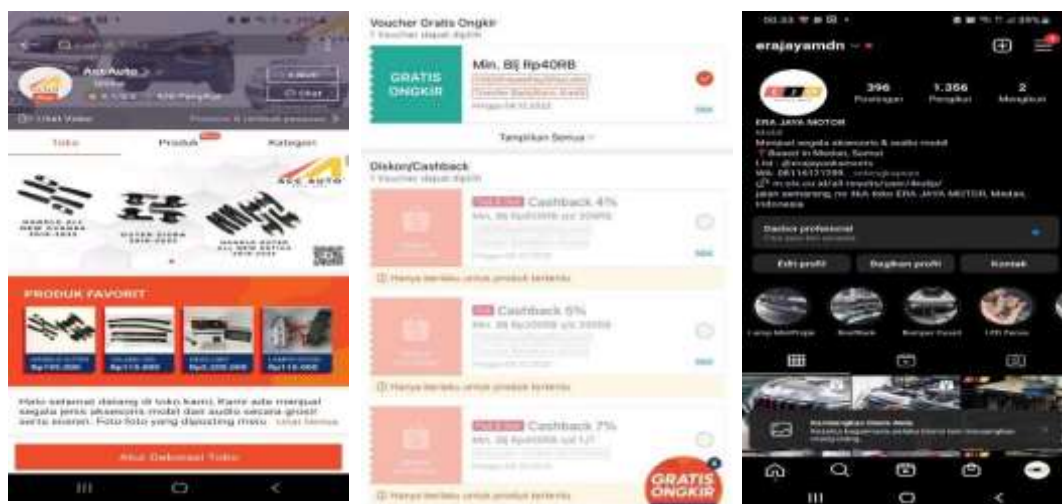
Tahun	Penjualan	Persentase
2018	9,105,011,760	
2019	8,480,883,840	-7%
2020	5,994,402,960	-29%
2021	6,495,590,400	8%
2022	6,262,498,730	-4%

Sumber : Group Era Jaya Medan, 2022

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, dapat terlihat bahwa penjualan pada Era Jaya Medan mengalami penurunan terus menerus sejak tahun 2018 sebelum masuk *market place* dibandingkan dengan tahun 2019 yang dimana penurunan tertinggi berada pada tahun 2020 yang dimana penurunan ini dapat menunjukkan penurunan dari Era Jaya Medan ini. Setelah adanya Era Jaya Medan masuk ke *Shopee* dengan nama toko Acc Automotive ada peningkatan pada tahun 2021 namun kembali mengalami penurunan di tahun 2022. Salah satu faktor yang dapat

mempengaruhi penurunan penjualan perusahaan adalah kurangnya pemanfaatan *market place* dari toko.

Menurut Kusumaningsih, dkk (2021:2)“*Market place* adalah suatu *platform* dimana memiliki tugas sebagai perantara antara penjual dan pembeli untuk melakukan proses transaksi produk secara *online*. Penggunaan *market place* sudah dilakukan oleh toko Era Jaya sejak tahun 2018 namun penggunaan tersebut belum maksimal yang dimana toko tersebut tidak menggunakan fasilitas yang sudah disediakan oleh pihak *market place* tersebut seperti tidak menggunakan pengiriman gratis, penggunaan fasilitas seperti COD sehingga membuat konsumen menjadi malas dan kurang berminat dalam membeli *sparepart* di toko Era Jaya. Sistem pemasaran ini tidak terapkan karena penggunaan sistem COD akan berakibat pada si pemilik usaha apabila barang dikembalikan kepada pemilik. Gratis ongkir juga tidak diaktifkan yang dimana hal ini disebabkan karena adanya pengaktifan gratis ongkir akan membebankan pemilik usaha sebesar 2.5% sampai dengan 5% secara langsung.



Gambar 1.1
Group Era Jaya Medan

Menurut Mujayaro, dkk (2015:197), resiko merupakan kehilangan atau kerugian yang disebabkan karena adanya kelalaian, kesalahan, manusia atau mesin, gangguan lingkungan, ancaman bahkan bencana alam disuatu lingkungan. Toko Era Jaya Medan juga kurang berani dalam mengambil resiko yang ada dimana toko Era Jaya Medan kurang berani dalam menyediakan produk yang lebih banyak dan lebih lengkap dan juga menyediakan produk di luar dari *sparepart* mobil seperti aksesoris mobil. Hal ini dikarenakan adanya beban yang besar karena menyediakan semua produk tersebut dan berdampak pada penimbunan stok apabila barang tersebut tidak laku. Selain itu, toko Era Jaya Medan kurang berani dalam memberikan fasilitas COD (*Cash on Delivery*) hal ini dikarenakan apabila barang tersebut tidak diterima atau hilang akan menjadi tanggung jawab dari *seller* dan juga apabila rusak akan menjadi kerugian dari toko juga.

Hamsani (2020:42), “Pengetahuan dapat didefinisikan sebagai kombinasi dari serangkaian pengalaman, nilai-nilai, informasi kontekstual dan wawasan yang dapat memberikan kerangka untuk informasi.” Pengetahuan dalam berwirausaha juga penting bagi meningkatkan pertumbuhan dari suatu usaha. Dimana pengetahuan yang baik akan berwirausaha akan sangat membantu pemilik usaha dalam menjalankan usahanya sehingga usaha tersebut dapat semakin berkembang. Pengetahuan dari pemilik toko dan juga karyawan masih tergolong kurang baik dimana pemilik toko masih banyak belum mengetahui jenis *sparepart* yang ada dan juga *sparepart* untuk mobil baru yang muncul seperti adanya mobil listrik yang bermunculan dan juga *sparepart* dari jenis mobil baru seperti mobil merek

DFSK dan MG yang sampai saat ini toko masih belum menyediakan sparepart dari mobil tersebut.

Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul skripsi: **“PENGARUH PENGGUNAAN MARKET PLACE, KEBERANIAN MENGAMBIL RESIKO DAN PENGETAHUAN BERWIRAUSAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PD ERA JAYA MEDAN”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dibahas sebelumnya maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penggunaan *market place* yang belum maksimal seperti tidak mengaktifkan fasilitas bebas ongkos kirim dan COD (*Cash on Delivery*) yang membuat konsumen menjadi kurang berminat membeli produk tersebut
2. Toko masih belum berani mengambil resiko yang lebih besar seperti melengkapi jenis produk yang dimiliki toko dan mengaktifkan fitur COD (*Cash on Delivery*).
3. Pengetahuan yang kurang dari pemilik toko Era Jaya Medan yang dimana pemilik toko kurang mengetahui bagaimana memaksimalkan penggunaan *market place* untuk melakukan penjualan

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah Penggunaan *Market Place* (X_1), Keberanian Mengambil Resiko (X_2), Pengetahuan Kewirausahaan (X_3), dan Keberhasilan Usaha (Y), pengambilan data dilakukan pada penjualan *sparepart* yang ada PD Toko Era Jaya Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Penggunaan *Market Place* berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan?
2. Apakah Keberanian Mengambil Resiko berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan?
3. Apakah Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan?
4. Apakah pengaruh Penggunaan *Market Place*, Keberanian Mengambil Resiko, dan Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Penggunaan *Market Place* terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan.

2. Untuk mengetahui pengaruh Keberanian Mengambil Resiko terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan
3. Untuk mengetahui pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan.
4. Untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi STIE Eka Prasetya
Sebagai bahan referensi dan data tambahan untuk melakukan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan bidang manajemen pemasaran.
2. Bagi PD Era Jaya Medan
Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan masukan sebagai bahan pertimbangan perencanaan untuk masa yang akan datang

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Keberhasilan Usaha

2.1.1.1 Pengertian Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha adalah suatu keadaan di mana usaha mengalami peningkatan hasil dari hasil sebelumnya. Dalam menjalankan usahanya, keberhasilan merupakan faktor penting bagi para wirausahawan. Maka dari itu keberhasilan usaha menjadi tujuan utama dari setiap pengusaha.

Definisi yang dikemukakan oleh Santoso (2021:51), keberhasilan usaha adalah suatu kenyataan persesuaian antara rencana dengan proses pelaksanaannya dan hasil yang dicapai. Definisi yang berbeda dinyatakan oleh Brahim, (2021:44), kesuksesan bisnis merupakan akumulasi dari kesuksesan dalam menaklukkan kegagalan demi kegagalan sehingga semuanya dapat terwujud.

Menurut Suharson (2021:20), keberhasilan usaha adalah suatu kenyataan persesuaian antara rencana dengan proses pelaksanaannya dan hasil yang dicapai. Selain itu, definisi yang berbeda dikemukakan oleh Sitompul et al. (2022:82), keberhasilan usaha adalah suatu pola dari keberhasilan bisnis dalam mencapai tujuannya.

Sedangkan pernyataan berbeda dikemukakan oleh Sibarani et al. (2019:42), kesuksesan usaha adalah suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya. Keberhasilan usaha merupakan tujuan

utama dari sebuah perusahaan, dimana segala aktifitas yang ada didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan.

Berdasarkan pernyataan diatas maka dapat disimpulkan bahwa kesuksesan usaha adalah suatu kenyataan persesuaian dalam menaklukkan kegagalan dengan proses pelaksanaannya suatu pola dari keberhasilan bisnis yang ada didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan.

2.1.1.2 Penyebab Kesuksesan Usaha

Ada beberapa penyebab yang dapat mempengaruhi kesuksesan dari suatu usaha dimana menurut Widodo (2018:23), penyebab kesuksesan perlu disikapi dengan seksama agar bisa bertahan atau menjadi lebih baik lagi, sehingga mampu berkompetisi untuk meraih pangsa pasar yang tinggi, faktor penyebabnya:

1. Aspek Internal
 - a. Standart produk yang memenuhi kualitas
 - b. Inovasi produk sering dilakukan
 - c. Produktivitas meningkat akibat manajemen yang tangguh
 - d. Strategi pemasaran yang tepat sasaran
 - e. Visi dan misi usaha yang handal sejak awal
2. Aspek Eksternal
 - a. Perkembangan politik, keamanan, dan kesejahteraan negeri
 - b. Kebijakan pemerintah yang memadai
 - c. Dampak positif ekonomi internasional
 - d. Nilai - nilai dan selera masyarakat yang berkembang pesat
 - e. Perubahan Teknologi yang signifikan

2.1.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi Kesuksesan Usaha

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kesuksesan usaha yang dimana menurut Liswati (2018:49), merujuk skema pada gambar diatas faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha dapat diketahui dari dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

1. Faktor internal yang diantaranya yaitu; kualitas SDM, penguasaan organisasi, struktur organisasi, sistem manajemen, partisipasi, kultur /budaya bisnis, kekuatan modal, jaringan bisnis dengan pihak luar, tingkat *entrepreneurship*.
2. 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.

2.1.1.4 Penyebab Kegagalan Usaha

Kegagalan usaha dapat disebabkan oleh beberapa faktor yang dimana menurut Purnomo et al. (2020:36), Beberapa faktor yang menyebabkan wirausaha gagal dalam menjalankan usaha barunya yaitu :

1. Tidak kompeten dalam manajemen. Tidak kompeten atau tidak memiliki kemampuan dan pengetahuan mengelola usaha merupakan faktor penyebab utama yang membuat usahanya kurang berhasil.

2. Kurang berpengalaman. Baik dalam kemampuan teknik, kemampuan memvisualisasikan usaha, kemampuan mengorganisasikan, keterampilan mengelola sumber daya manusia, maupun kemampuan mengintegrasikan operasi usaha.
3. Kurang dapat mengendalikan keuangan. Agar usaha berhasil dengan baik faktor yang paling utama dalam keuangan adalah memelihara aliran kas. Mengatur pengeluaran dan penerimaan secara cermat. Kekeliruan dalam memelihara aliran kas akan menghambat operasional usaha dan mengakibatkan usaha tidak lancar.
4. Gagal dalam perencanaan. Perencanaan merupakan titik awal dari suatu kegiatan, sekali gagal dalam melakukan perencanaan maka akan mengalami kesulitan dalam pelaksanaan.
5. Lokasi yang kurang memadai. Lokasi usaha yang strategis merupakan faktor yang menentukan keberhasilan usaha. Lokasi yang tidak strategis dapat mengakibatkan usaha sukar beroperasi karena kurang efisien.
6. Kurangnya pengawasan. Pengawasan erat hubungannya dengan efisiensi dan efektifitas. Kurang pengawasan dapat mengakibatkan tidak efisien dan tidak efektif.
7. Sikap kurang sungguh-sungguh dalam melaksanakan wirausaha. Sikap yang setengah-setengah terhadap usaha akan mengakibatkan usaha yang dilakukan menjadi labil dan gagal. Dengan sikap setengah hati, kemungkinan gagal menjadi besar.

8. Ketidakmampuan dalam melakukan peralihan/transisi kewirausahaan. Wirausaha yang kurang siap dalam menghadapi dan melakukan perubahan, tidak akan menjadi wirausaha yang berhasil. Keberhasilan dalam berwirausaha hanya bisa diperoleh apabila berani mengadakan perubahan dan mampu membuat peralihan setiap saat.

2.1.1.5 Indikator Kesuksesan Usaha

Untuk mengetahui kesuksesan sebuah usaha maka dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator dimana menurut Santoso (2021:51), ada empat kriteria penting sebagai indikator keberhasilan:

1. Kemampuan menyesuaikan diri
Setiap pemilik usaha harus mampu dalam menyesuaikan usahanya dengan yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga usaha yang dijalankan dapat bertahan dan memiliki kelangsungan usaha yang lebih baik.
2. Produktivitas
Setiap usaha harus mampu untuk menjalankan usahanya lebih maksimal sehingga produktivitas dapat meningkat dan target usaha dapat tercapai.
3. Kepuasan kerja
Pelaku usaha harus mampu menciptakan kepuasan dari pelanggannya sehingga pelanggan yang puas akan membuat pelanggan tersebut menjadi semakin menyukai produk yang ditawarkan.
4. Kemampuan mendapatkan laba dan pencarian sumber daya
Usaha yang dijalankan harus mampu untuk menciptakan laba guna untuk mempertahankan dan juga mengembangkan usaha.

2.1.2 *Market Place* (X₁)

2.1.2.1 Pengertian *Market Place* (X₁)

Pasar *online* adalah jenis situs *web* e-niaga di mana informasi produk atau layanan disediakan oleh banyak pihak ketiga. Pasar *online* adalah jenis utama dari e-niaga multisaluran dan dapat menjadi cara untuk merampingkan proses produksi hingga ke pangsa pasar. Definisi yang dikemukakan oleh Kustiyahningsih et al. (2021:79), “*Market Place* merupakan fitur terbaru Instagram yang memungkinkan seseorang melihat, membeli, dan menjual produk sesuai dengan kategori yang ada pada fitur *Market Place*.” Definisi yang berbeda dinyatakan oleh Kusumaningsih et al. (2021:2), “*Market Place* adalah suatu platform dimana memiliki tugas sebagai perantara antara penjual dan pembeli untuk melakukan proses transaksi produk secara *online*”. Sedangkan pernyataan berbeda dikemukakan oleh Bhindari (2022:70), “*Market Place* adalah tempat berjualan *online* di mana penjual baru menerima uangnya jika barang sudah sampai ke pembeli”. Selain itu, definisi yang berbeda dikemukakan oleh Hasibuan et al. (2020:122), “*E-Marketplace* merupakan pasar *virtual* yang dilakukan berbasis internet di mana perusahaan menjalankan transaksi ekonomi”. Sedangkan definisi berbeda dikemukakan oleh Tingga et al. (2022:161), “*Market Place* merupakan media *online* berbasis internet (*web based*) tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual.”

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa *Market Place* merupakan fitur yang memungkinkan seseorang untuk melakukan proses

transaksi, menyediakan tempat (*ruang/space*) bagi para *seller* (pedagang) yang dilakukan berbasis internet.

2.1.2.2 Fungsi *Market Place*

Ada beberapa fungsi dari *Market Place* dimana menurut Kusumaningsih et al. (2021:4-5), *Market Place* juga terbagi menjadi dua bagian sesuai dengan fungsinya. Berikut merupakan penjelasan mengenai jenis – jenisnya, yaitu :

a. *Market Place* murni

Jenis yang pertama adalah *Market Place* murni, dimana mempunyai peran penting sebagai fasilitator antara penjual dan pembeli. Disini, penjual bebas untuk melakukan berbagai transaksi produk, serta mengelola pembayaran, menampilkan informasi mengenai produk, dan lainnya.

Pasar *online* hanya berperan sebagai perantara dan mengirim produk kepada pembeli. Jadi, penjual barang dapat mengurus dan mengelola berbagai aktivitas dengan lebih fleksibel sesuai dengan peraturan dari *platform* yang berlaku. Pembeli juga dapat melakukan proses penawaran harga kepada penjual produk secara bebas dan tanpa aturan mengikat dari *platform*.

Penjual juga berkewajiban untuk menyertakan informasi dan data terkait produk yang dipasarkan secara lengkap dan *detail*. Supaya dapat memudahkan dan meyakinkan pembeli untuk membeli produk tersebut. Deskripsi barang juga harus sesuai dengan kondisi dan bentuk barang, sehingga kredibilitas toko atau *brand* anda tetap terjaga dengan baik

.

b. *Market Place* konsinyasi

Selanjutnya, terdapat jenis *market place* konsinyasi yang merupakan jenis pasar daring dimana penjual hanya memiliki akses untuk menitipkan produk saja. Maksudnya adalah, dari pihak penjual hanya dapat menyediakan barang serta mengirimkan deskripsi informasi *detail* dari barang tersebut. Tugas dari *market place* disini adalah sebagai perantara, sekaligus mengatur urusan pembayaran, pengiriman barang, foto produk, dan lain sebagainya. Jadi, untuk jenis yang satu ini, segala macam bentuk transaksi jual beli diserahkan kepada *platform*. Penjual hanya sekedar menyediakan barang.

2.1.2.3 Kelemahan *Market Place*

Market Place memiliki beberapa kelemahan yang dimana menurut Enterprise (2018:7), Situs *market place* juga memiliki kelemahan. Kelemahan situs *market place* adalah sebagai berikut :

1. *Market Place* adalah situs tempat berkumpulnya para *seller*. Itu artinya, persaingan akan sangat ketat dan banyak sehingga calon *buyer* bisa membanding-bandingkan barang yang Anda jual dengan *seller* lain secara cepat. Faktor-faktor yang sering dijadikan pembanding antara lain harga, kualitas produk, kecepatan Anda merespon pertanyaan, dan lain sebagainya.
2. Harus mengikuti aturan dan *term of services* ketat yang dibuat oleh pihak *market place* sehingga ruang gerak Anda sebagai *seller* menjadi kurang leluasa.

Misalnya, aturan yang mengharuskan uang *buyer* ditransfer ke pihak pengelola *market place* dan baru dicairkan ke rekening Anda setelah Anda mengirim produk ke alamat konsumen.

3. Jika melanggar aturan, meskipun tak disengaja, toko *online* Anda akan ditutup begitu saja oleh pihak *market place*.

2.1.2.4 Kelebihan Market Place

Kelibihan dari penggunaan *market place* yang dikemukakan oleh Enterprise (2018:6), dengan memilih *market place* Anda akan merasakan berbagai kelebihan yang tidak dirasakan jika memiliki situs sendiri:

1. *Market place* merupakan situs yang dirancang sebagai tempat bertemunya *buyer* dan *seller* sehingga menyerupai pasar induk dalam kehidupan sehari-hari. Di sini, tujuan Anda adalah berdagang dan bersaing dengan *seller* lain untuk merebut perhatian *buyer* secara mudah, misalnya dengan memainkan harga atau memperkaya variasi produk. Sedangkan pengunjung datang ke situs *market place* untuk tujuan membeli/bertransaksi.
2. Sebagai *seller*, fasilitas yang Anda inginkan sudah tersedia. Tidak perlu mengetahui secara teknis bagaimana membuat *website* dan fitur pendukung transaksi lainnya, seperti memasang katalog, menentukan biaya kirim, dan lain sebagainya. Semua sistem jual beli akan diatur oleh *market place* tersebut.
3. Situs *market place* rajin melakukan promosi di berbagai media, terutama televisi dan internet sehingga sudah pasti Anda tidak perlu promosi lagi.

Kalaupun melakukan promosi, biaya yang dikeluarkan tidak terlalu besar karena situs *market place* juga telah menyediakan fitur-fitur promosi murah di dalam layanannya.

2.1.2.5 Indikator *Market Place*

Ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur *marketplace* yang dimana menurut Prasetio et al. (2021:76), Adapun indikator dari faktor pendorong kesuksesan *market place* berupa manfaat yang dirasakan pihak internal adalah

1. Efisiensi Biaya Pengeluaran (*Cost leadership*),
Cost Leadership merupakan strategi perusahaan dengan cara meminimalkan biaya.
2. Reputasi (*Reputation*)
Apabila tidak ada informasi yang terkait dengan e-commerce secara terperinci, konsumen mungkin akan menggunakan reputasi, untuk menilai sebuah *market place*.
3. Pemasaran (*Market*)
Dalam era perkembangan teknologi yang semakin pesat saat sekarang ini masyarakat membutuhkan informasi yang lengkap tentang produk oleh karena itu pelaku bisnis harus merumuskan strategi pemasaran yang tepat.
4. Kemudahan Dalam Berbisnis Online (*Business Entry*)
Niat untuk bertransaksi menggunakan *market place* adalah ukuran tingkat kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu dalam hal ini

adalah bertransaksi menggunakan *market place*, dalam artian bertransaksi secara *online*.

2.1.3 Resiko (X₂)

2.1.3.1 Pengertian Resiko (X₂)

Risiko adalah bahaya, akibat atau konsekuensi yang dapat terjadi akibat sebuah proses yang sedang berlangsung atau kejadian yang akan datang. Dalam bidang asuransi, risiko dapat diartikan sebagai suatu keadaan ketidakpastian, di mana jika terjadi suatu keadaan yang tidak dikehendaki dapat menimbulkan suatu kerugian.

Definisi yang dikemukakan oleh Ners (2017:67), “Resiko adalah kemungkinan menderita kerusakan atau kerugian.”

Definisi yang berbeda dinyatakan oleh Maulana (2020:56), “Resiko merupakan ketidakpastian atau *uncertainly* yang mungkin melahirkan kerugian.”

Sedangkan pernyataan berbeda dikemukakan oleh Mujayaro et al. (2015:197), “Resiko merupakan kehilangan atau kerugian yang disebabkan karena adanya kelalaian, kesalahan, manusia atau mesin, gangguan lingkungan, ancaman bahkan bencana alam disuatu lingkungan”.

Selain itu, definisi yang berbeda dikemukakan oleh Srijani, dkk (2021:22), “Resiko usaha adalah suatu bahaya atau akibat yang kemungkinan dapat terjadi pada keadaan sebuah usaha yang sedang berlangsung maupun situasi usaha yang akan datang.”

Sedangkan definisi berbeda dikemukakan oleh Muljaningsih and Perdana (2021:76), “Risiko usaha adalah semua resiko yang berkaitan dengan usaha

perusahaan untuk menciptakan keunggulan bersaing dan memberikan nilai bagi pemegang saham.”

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa Risiko usaha adalah kemungkinan atau *uncertainly* suatu bahaya atau akibat yang disebabkan karena adanya kelalaian, kesalahan, manusia atau mesin, gangguan lingkungan, ancaman bahkan bencana alam disuatu lingkungan untuk menciptakan keunggulan bersaing.

2.1.3.2 Jenis-jenis Resiko

Ada beberapa jenis resiko yang dimana menurut Brahim (2021:77-80), Banyak sekali para tokoh terkemuka yang membahas mengenai resiko usaha dan menyebutkan mengenai apa saja jenis-jenis resiko usaha tersebut. Adapun jenis-jenis resiko usaha tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

1. Risiko Produksi

Ketika Anda memiliki jenis usaha tertentu, misalnya saja di bidang Akuntansi dan Keuangan Lembaga, setiap pelanggan tentu menginginkan hasil yang memuaskan. Namun, terkadang dalam proses pengerjaannya sering tidak teliti, sehingga produk/jasa yang dihasilkan kurang memuaskan konsumen. Karena satu *complain* dari pelanggan dapat berakibat fatal bagi perusahaan jika satu pelanggan tersebut membicarakannya kepada calon pembeli yang lain. Maka dari itu akan menimbulkan risiko usaha, Selain faktor *non-human* dalam proses produksi, faktor SDM-nya juga berpengaruh. Misal untuk tanggung jawab, etos kerja, ketelitian, ketekunan, dan lain sebagainya.

2. Resiko Pemasaran

Risiko pemasaran berkaitan erat dengan proses *marketing* dan pemasaran produk. Anda perlu menguasai tentang bagaimana teknik memasarkan produk dengan efektif agar produk yang Anda hasilkan dapat diterima dengan baik oleh pembeli. Masalah yang sering dihadapi adalah kita sering kesulitan untuk menguasai teknik marketing yang baik. Cara yang dapat dilakukan antara lain adalah lebih sering mengikuti seminar atau *workshop* mengenai teknik *marketing*, sering membaca buku, serta belajar langsung dari mentor atau seseorang yang telah sukses. Intinya adalah Anda harus lebih memperluas ilmu pengetahuan dan wawasan.

3. Resiko Sumber Daya Manusia

Sering kali ketika memiliki bisnis yang telah berkembang dengan baik, Anda memerlukan bantuan untuk menjalankan usaha tersebut. Hal yang selalu dilakukan adalah merekrut karyawan atau pegawai. Namun sering kali masalah yang kerap terjadi adalah masalah dengan sumber daya manusia itu sendiri. Misalnya sifat pekerja yang kurang baik sehingga menimbulkan dampak negatif bagi perusahaan. Misalnya sifat dan sikap seperti malas bekerja, kurang bertanggung jawab, tidak jujur, dan lain sebagainya. Pada intinya hal-hal tersebut akan merugikan perusahaan. Hal yang dapat dilakukan adalah lebih cermat dan teliti dalam menerima karyawan. Anda dapat menerapkan misalnya beberapa tes seperti tes

psikologi, wawancara, dan persyaratan lain yang dilakukan terlebih dahulu sebelum menerima karyawan tersebut untuk bekerja di perusahaan Anda.

4. Resiko Finansial

Memiliki usaha dan bisnis berarti siap dengan risiko ketidakpastian *income* atau pendapatan usaha. Tidak selamanya perusahaan akan memiliki keuntungan dalam jumlah besar. Perlu diketahui bahwa risiko kerugian juga amatlah besar, yang perlu Anda lakukan adalah mempersiapkan diri dengan lebih baik bila kendala tersebut muncul. Kemudian Anda harus menyiapkan langkah penyelesaiannya agar Anda tidak terus mengalami kerugian yang signifikan dan yang akan berakibat buruk bagi perusahaan.

5. Resiko Lingkungan

Tidak jarang risiko lingkungan juga muncul bagi usaha Anda. Misalnya Anda memiliki jenis usaha perusahaan yang bergerak di bidang makanan, maka Anda harus memikirkan limbah pabrik yang dihasilkan dari perusahaan Anda. Buatlah sebisa mungkin agar lebih ramah lingkungan dan tidak merugikan lingkungan sekitar. Contoh yang lain adalah usaha bengkel mobil atau motor. Kerugian yang sering dialami misalnya adalah tentang polusi suara yang dihasilkan. Anda harus dapat meminimalisasi dampak yang ditimbulkan, misalnya dengan mengusahakan membangun usaha bengkel tersebut tidak dekat pemukiman padat penduduk, dan alternatif upaya pencegahan lainnya.

6. Resiko Teknologi

Resiko yang sering muncul lainnya adalah mengenai resiko teknologi yang sering digunakan. Usaha yang dijalankan biasanya selain dibantu dengan tenaga karyawan, namun juga menggunakan bantuan mesin atau teknologi. Masalah yang sering muncul adalah waktu pemakaian alat yang harus selalu dipantau. jika pemakaian alat terlalu lama dan tidak dilakukan *service* secara berkala, maka kemungkinan alat akan rusak dan tidak dapat dipergunakan. Hal ini merupakan kerugian bagi perusahaan Anda, maka dari itu perawatan alat, mesin, dan teknologi benar-benar harus diperhatikan.

7. Resiko Permintaan Pasar

Kesuksesan tidak lantas membuat usaha Anda memiliki jaminan akan berhasil dalam jangka waktu yang lama. Anda harus memperhatikan kebutuhan pasar untuk tahun-tahun ke depan. Mungkin pada saat ini permintaan pasar pada produk yang Anda hasilkan cukup besar; namun apakah ada jaminan bahwa 5 atau 10 tahun ke depan pasar masih menginginkan produk Anda? Maka dari itu Anda harus selalu memikirkan inovasi-inovasi produk yang dapat dilakukan dan melihat peluang apa yang harus Anda pertimbangkan untuk jenis usaha berikutnya.

8. Resiko Perbaikan

Jika Anda ingin melakukan perubahan atau perbaikan bagi bisnis Anda, maka sebaiknya lebih berhati-hati. Anda harus melihat banyak faktor-faktor seperti kebutuhan pasar, inovasi produk apakah yang akan

dilakukan, dan lain sebagainya. Karena bukan tidak mungkin perbaikan yang ingin Anda lakukan bisa berakibat buruk dan negatif bagi perusahaan Anda. Dengan kata lain perbaikan tersebut tidak atau kurang sesuai dengan harapan Anda. Maka dari itu, Anda harus memastikan terlebih dahulu jenis dan prospek ke depan atas perbaikan yang ingin Anda lakukan, baik terkait sumber daya alam, teknologi, *market* pasar, dan lain sebagainya.

9. Resiko Kerja Sama

Memiliki *partner* dalam berbisnis tidak selalu bermanfaat baik bagi usaha Anda. Anda harus memilih *partner* bisnis Anda secara tepat dan hati-hati. Mulailah dengan tidak langsung mempercayai orang yang Anda kenal kemudian Anda jadikan mitra bisnis Anda. Anda harus mmengenal terlebih dahulu orang tersebut dengan lebih baik. Hal ini diperlukan agar di kemudian hari Anda terhindar dari risiko penipuan dan *partner* yang kurang baik sehingga berdampak merugikan perusahaan Anda.

10. Resiko Peraturan Pemerintah

Sebagai warga negara yang baik, sudah seharusnya kita menaati peraturan dan hukum yang berlaku. Terkait dengan usaha yang dijalankan, kita juga harus mempertimbangkan usana kita tersebut aman. Pemerintah biasanya selalu memberikan peraturan yang mana peraturan tersebut harus kita lakukan sebagai seorang pelaku bisnis. Pastikan jenis usaha yang Anda jalankan tidak melanggar peraturan pemerintah sehingga Anda akan mendapatkan jaminan usaha yang baik.

11. Resiko Pengembangan Aset

Ketika telah mencapai kesuksesan awal, pastilah terdapat keinginan untuk *scale up*. Namun Anda harus berhati-hati untuk mempertimbangkan jenis pengembangan apa yang akan Anda dan perusahaan Anda lakukan. Terutama Anda harus berhati-hati jika ingin mengembangkan aset Anda. Usahakan untuk melihat, memperkirakan, serta menghitung kembali resiko apa saja yang kemungkinan akan muncul. Sehingga jika Anda telah mengetahui hal tersebut dan awal Anda dapat menyiapkan langkah yang tepat untuk mengatasinya.

2.1.3.4 Manfaat Manajemen Resiko Usaha

Manfaat yang didapat dengan adanya pengambilan resiko menurut Brahim (2021:82-83), adapun manfaat melakukan analisis dan manajemen risiko usaha, adalah sebagai berikut :

1. Sebagai Bahan Evaluasi dan Keputusan Usaha

Evaluasi adalah proses penilaian dan pengukuran efektivitas strategi yang telah digunakan dan yang telah dilakukan di masa yang telah lalu untuk mencapai tujuan dari suatu perusahaan. Hasil dari analisis resiko bisnis akan menjadi sebuah bahan bagi Anda untuk mengevaluasi apakah cara-cara yang telah Anda lakukan selama ini adalah cara-cara yang sudah benar dan tepat untuk mencapai tujuan Anda atautkah belum, serta agar Anda tidak melakukan kesalahan yang sama yang pernah Anda lakukan di masa lalu sehingga menyebabkan Anda terhambat untuk mencapai tujuan Anda. Dengan adanya evaluasi, akan lebih mempermudah Anda untuk

dapat membuat suatu keputusan usaha yang lebih tepat.

2. Peningkatan Produktivitas dan Keuntungan

Produktivitas merupakan suatu kegiatan produksi yang menjadi sebuah ukuran bagaimana baiknya sumber daya diatur dan dimanfaatkan untuk mencapai hasil yang optimal. Melalui manajemen resiko bisnis yang Anda lakukan, akan membuat Anda lebih berhati-hati dan jeli dalam menjalankan bisnis Anda, agar tidak jatuh ke dalam lubang yang sama. Otomatis akan ada peningkatan produktivitas yang terjadi, serta keuntungan yang diperoleh akan ikut meningkat dibandingkan dengan sebelum adanya manajemen resiko bisnis yang dilakukan.

3. Memudahkan Estimasi Biaya

Estimasi biaya adalah perhitungan kebutuhan biaya yang dibutuhkan untuk menyelesaikan suatu kegiatan atau pekerjaan. Estimasi biaya adalah hal yang sangat penting dalam sebuah bisnis. Ketidakakuratan estimasi biaya dapat memberikan dampak yang negatif bagi pihak- pihak yang terlibat dan untuk berjalannya proses produksi itu sendiri. Seperti terhambatnya proses produksi dalam suatu perusahaan. Dengan adanya analisis serta manajemen resiko bisnis, akan mempermudah Anda untuk menghitung estimasi biaya yang dibutuhkan, seperti estimasi biaya produksi usaha Anda.

4. Bentuk Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan

Tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan adalah tanggung jawab perusahaan kepada konsumen, karyawan, pemegang saham, dan

lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Tanggung jawab sosial dan lingkungan dari perusahaan ini berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan. Banyak sekali argumen- argumen yang ada mengatakan bahwa suatu perusahaan tidak boleh memutuskan sebuah keputusan hanya berdasarkan pada faktor keuangan, yang hanya akan memberikan keuntungan bagi perusahaan itu sendiri tetapi juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan, baik untuk saat ini maupun saat yang akan datang. Berikut adalah jenis peranan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.1.3.5 Indikator Resiko

Ada beberapa indikator untuk mengukur ketepatan dalam menggunakan resiko yang diamana menurut Maulana (2020:57), Adapun faktor yang dapat mempengaruhi dan menyebabkan timbulnya resiko usaha antara lain :

1. Faktor perubahan lingkungan, sosial dan ekonomi
2. Gaya hidup yang meliputi tren pasar atau perkembangan, kemajuan teknologi, dan budaya.
3. Faktor individu atau sumber daya manusia, masih terdapat kesalahan strategi dan pemasaran (*marketing*).

2.1.4 Pengetahuan Berwirausaha (X₃)

2.1.4.1 Pengertian Pengetahuan Berwirausaha (X₃)

Pengetahuan kewirausahaan adalah kemampuan seseorang untuk menghasilkan sesuatu yang baru melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif,

sehingga dapat menciptakan ide-ide atau peluang dan dapat dimanfaatkan dengan baik.

Definisi yang dikemukakan oleh Hamsani (2020:42), “Pengetahuan dapat didefinisikan sebagai kombinasi dari serangkaian pengalaman, nilai-nilai, informasi kontekstual dan wawasan yang dapat memberikan kerangka untuk informasi.”

Sedangkan pernyataan berbeda dikemukakan oleh Mulyodiharjo (2020:114), “Pengetahuan adalah panduan agar kita mampu berjalan meraih sebuah kesuksesan.”

Definisi yang berbeda dinyatakan oleh Wahyuni, dkk (2022:23), “Pengetahuan kewirausahaan adalah kegiatan serta kemampuan setiap individu untuk memperoleh pemahaman yang memiliki keterkaitan secara sistematis sehingga nantinya akan mampu berinovasi dan kreatif dalam terjun di bidang wirausaha.”

Selain itu, definisi yang berbeda dikemukakan oleh Mardia et al. (2021:48), “Pengetahuan kewirausahaan adalah kemampuan seseorang untuk menghasilkan sesuatu yang baru melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif, sehingga dapat menciptakan ide-ide atau peluang dan dapat dimanfaatkan dengan baik.”

Definisi yang berbeda dinyatakan oleh Siombo (2010:11), “Pengetahuan merupakan kemampuan untuk mengingat beberapa informasi yang digunakan melalui pemikiran manusia yang memberikan arti serta tujuan, kemampuan untuk

mengetahui tempat, kemampuan untuk mengetahui waktu kemampuan untuk mengungkapkan pendapat dan lain sebagainya.”

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan kewirausahaan adalah kegiatan serta kemampuan setiap individu dalam mengkombinasikan dari serangkaian pengalaman agar kita mampu berjalan sehingga dapat menciptakan ide-ide atau peluang dan dapat dimanfaatkan dengan baik.

2.1.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan Berwirausaha

Ada beberapa faktor yang dapat memepengaruhi pengetahuan seseorang dalam berwirausaha yang dimana menurut Wahyuni, dkk (2022:23), Pengetahuan kewirausahaan menyangkut menemukan peluang berdasarkan informasi dan pengetahuan. Basis pengetahuan ini kemudian digunakan untuk membangun bisnis di bidang tertentu. Sebagaimana dijelaskan di atas, secara teori, pengetahuan kewirausahaan berdampak besar pada kepentingan pengusaha dan berpengaruh signifikan terhadap minat wirausaha. Sebelum orang mengadopsi perilaku baru (berperilaku baru didalam diri seseorang terjadi proses yang berurutan), yaitu :

1. *Awareness* (kesadaran)

Individu tersebut menyadari atau mengetahui terlebih dahulu terhadap stimulus (objek).

2. *Interest* (merasa tertarik)

Individu merasa tertarik pada stimulus atau objek tersebut. Disini sikap individu sudah mulai timbul.

3. *Evaluation* (menimbang-nimbang)

Individu menimbang-nimbang baik dan tidaknya stimulus tersebut bagi dirinya.

4. *Trial*

Sikap di mana individu mulai mencoba melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh stimulus.

5. *Adaption*

Individu telah berperilaku baru sesuai dengan pengetahuan, kesadaran dan sikapnya terhadap stimulus.

2.1.4.3 Indikator Pengetahuan Berwirausaha

Ada beberapa indikator untuk mengukur pengetahuan seseorang dalam berwirausaha yang dimana menurut Zulkarnain and Raharjo (2021:72), wirausaha yang sukses pada umumnya adalah mereka yang memiliki kompetensi pengetahuan kewirausahaan yang meliputi:

1. Pengantar kewirausahaan
2. Perencanaan usaha
3. Perencanaan dan pengendalian keuangan
4. Penggunaan sumber daya dalam menjalankan usaha

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai pengaruh Penggunaan *Market Place*, Keberanian Mengambil Resiko, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha telah banyak diteliti oleh penelitian-penelitian sebelumnya dan

menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Penelitian terdahulu akan dijadikan sebagai bahan acuan untuk membandingkan penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Berikut adalah tabel mengenai penelitian terdahulu :

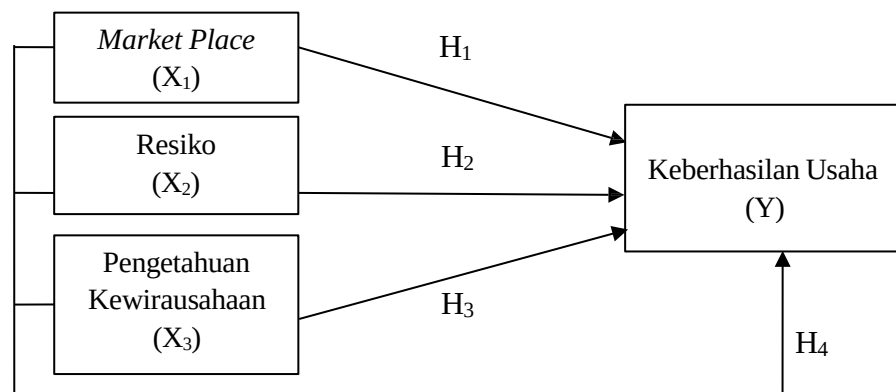
Tabel 2.1
Daftar Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Munte, dkk (2021) Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan ISSN 2657-0025 (Versi Elektronik) Vol. 04, No. 02, April 2022 : hlm 435-443 Sinta 3 Jakarta	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Inovasi Terhadap Keberhasilan UKM Alumni dan Mahasiswa Universitas Tarumagara	Independen: Pengetahuan Kewirausahaan Orientasi Kewirausahaan Inovasi Dependen: Keberhasilan UKM	Secara Parsial: - Pengetahuan Kewirausahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan UKM - Orientasi Kewirausahaan secara Parsial berpengaruh terhadap Keberhasilan UKM - Inovasi secara Parsial berpengaruh terhadap Keberhasilan UKM Secara Simultan: Pengetahuan Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Inovasi berpengaruh terhadap Keberhasilan UKM
2	Farisi, dkk (2022) Jurnal Manajemen, Vol. 8 No. 1, P-ISSN: 2476-8782 Sinta 4 Bandung	Pengaruh <i>Electronic Commerce</i> Terhadap Keberhasilan Usaha Di Kawasan Tekstil Cigondewah Kota Bandung	Independen $X_1 = E\text{-Commerce}$ Dependen $Y = \text{Keberhasilan Usaha}$	Electronic commerce berpengaruh cukup rendah terhadap keberhasilan usaha di Kawasan Tekstil Cigondewah.
3	Oktavia & Trimeiningrum (2018) JEMAP : ISSN : 2622-612X Vol. 1 No. 1 April 2018 Sinta 4 Semarang	Pengaruh Percaya Diri Dan Keberanian Mengambil Risiko Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Makanan Ringan Di Kota Semarang (Studi Kasus Pada Sentra Industri Kerupuk, Keripik, Peyek dan Sejenisnya di Kota Semarang)	Independen Percaya Diri Keberanian Mengambil Risiko Dependen Keberhasilan Usaha	Secara Parsial: - Percaya Diri secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha - Keberanian Mengambil Risiko secara Parsial berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Secara Simultan: Percaya Diri Dan Keberanian Mengambil Risiko berpengaruh terhadap Keberhasilan UKM

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
4	Afifah, etc (2018) <i>Journal of Applied Management (JAM)</i> Volume 16 Number 3, September 2018 Malaysia	<i>Digital Marketing Adoption and Influences Toward Business Successes of MSMEs Creative Sector In Indonesia and Malaysia</i>	<i>Independent Digital Marketing Adoption Digital Marketing Influences</i> <i>Dependent Business Successes</i>	<i>the factor which significantly affects the success of digital marketing uses is knowledge.</i>
5	Radzi, dkk (2017)	<i>The Impact of Internal Factors on Small Business Success: A Case of Small Enterprises Under The Felda Scheme</i>	<i>Independent Entrepreneurial competency Marketing capability Financial resources Technology usage Knowledge</i> <i>Dependent Business Successes</i>	<i>Partially:</i> - <i>Entrepreneurial competency partially has a significant impact on business success</i> - <i>Marketing capability partially influences business success</i> - <i>Financial resources partially affect business success</i> - <i>Knowledge Partially influences Business Success</i> <i>Simultaneously:</i> <i>Entrepreneurial competency, Marketing capability, Financial resources, Technology usage and Knowledge affect Business Success</i>
6	Viswanathan, etc (2022) ISSN: 0144-6193 (Print) 1466-433X (Online) <i>Journal</i> <i>India</i>	<i>Influence of risk mitigation measures on international construction project success criteria – a survey of Indian experiences</i>	<i>Independent risk mitigation</i> <i>Dependent project success</i>	<i>Risk mitigation has a significant impact on project success</i>

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan teori yang telah diuraikan sebelumnya dan hasil penelitian terdahulu, maka variabel yang dipakai dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibahas oleh peneliti sebelumnya maka peneliti mengajukan dugaan atau hipotesis, yaitu :

H_1 : Diduga terdapat pengaruh signifikan Penggunaan *Market Place* terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan.

H_2 : Diduga terdapat pengaruh signifikan Keberanian Mengambil Resiko terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan

H_3 : Diduga terdapat pengaruh signifikan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan.

H_4 : Diduga terdapat pengaruh signifikan Penggunaan *Market Place*, Keberanian Mengambil Resiko, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan PD Toko Era Jaya Medan yang berlokasi di Jalan Semarang No.46 A, Ps. Baru, Kec. Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara 20212.

3.1.2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang dilakukan pada bulan November 2022 sampai dengan Maret 2023.

3.2. Jenis dan Sumber Data

3.2.1. Jenis Data

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa jenis data dimana jenis data penelitian terbagi atas 2, yaitu:

1. Data Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2020:16), “Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

2. Data Kualitatif.

Menurut Sugiyono (2020:18), “Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post-positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi”.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data kuantitatif untuk melanjutkan penelitian ini.

3.2.2. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2020:194), sumber data yang digunakan dalam penelitian skripsi ini, yakni:

1. Data Primer

Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner dan wawancara kepada pelanggan Toko Era Jaya Medan.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini adalah studi dokumentasi.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Dalam melakukan penelitian, peneliti harus menentukan populasi yang akan diteliti guna untuk mendapatkan hasil penelitian yang maksimal. Menurut Sugiyono (2020:126), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada Toko Era Jaya Medan selama satu tahun berjumlah 13.782 konsumen.

3.3.2. Sampel

Sampel dalam penelitian diperlukan untuk mendapatkan hasil penelitian yang dimana dalam penelitian yang menggunakan data primer, sampel digunakan untuk mendapatkan jawaban dari responden yang digunakan untuk mendapatkan hasil penelitian. Menurut Sugiyono (2020:127), “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Teknik pengambilan sampel penelitian dengan rumus slovin. rumus slovin adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Dimana:

n = Ukuran sampel.

N = Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan (10%)

Berdasarkan rumus slovin dapat diketahui jumlah sampel penelitian adalah:

$$n = \frac{13.782}{1 + 13.782 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{13.782}{138.82}$$

$$n = 99,6796427$$

$$n = 100$$

Sampel penelitian ini adalah sebanyak 100 Konsumen Toko Era Jaya Medan.

3.4. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Adapun variabel penelitian dapat didefinisikan sebagai berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Varibel	Indikator	Skala Ukur
Marketplace (X ₁)	Marketplace merupakan fitur terbaru Instagram yang memungkinkan seseorang melihat, membeli, dan menjual produk sesuai dengan kategori yang ada pada fitur Marketplace Sumber : Kustiyahningsih, dkk (2021:79)	1. Efisiensi Biaya Pengeluaran 2. Reputasi 3. Pemasaran 4. Kemudahan Dalam Berbisnis Online Sumber : Prasetio, dkk (2021:1)	<i>Likert</i>
Keberanian Mengambil Risiko (X ₂)	Resiko adalah kemungkinan menderita kerusakan atau kerugian. Sumber : Hadi (2017:67)	1. Faktor perubahan lingkungan, sosial dan ekonomi 2. Gaya hidup yang meliputi tren pasar atau perkembangan, kemajuan teknologi, dan budaya. 3. Faktor individu atau sumber daya manusia, masih terdapat kesalahan strategi dan pemasaran (marketing) Sumber : Maulana (2019:57)	<i>Likert</i>

Variabel	Definisi Varibel	Indikator	Skala Ukur
Pengetahuan Kewirausahaan (X ₃)	Pengetahuan dapat didefinisikan sebagai kombinasi dari serangkaian pengalaman, nilai-nilai, informasi kontekstual dan wawasan yang dapat memberikan kerangka untuk informasi. Sumber : Hamsani (2020:42)	1. Pengantar kewirausahaan 2. Perencanaan usaha 3. Perencanaan dan pengendalian keuangan 4. Penggunaan sumber daya dalam menjalankan usaha Sumber : Zulkarnain & Raharjo (2021:72)	<i>Likert</i>
Keberhasilan Usaha (Y)	Keberhasilan usaha adalah suatu kenyataan persesuaian antara rencana dengan proses pelaksanaannya dan hasil yang dicapai Sumber : Santoso (2021:51)	1. Kemampuan menyesuaikan diri 2. Produktivitas 3. Kepuasan kerja 4. Kemampuan mendapatkan laba dan pencarian sumber daya Sumber : Santoso (2021:51)	<i>Likert</i>

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2020:194), “Bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan) dan gabungan ketiganya”. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh jawaban hasil kuesioner yang disebarakan kepada konsumen Toko Era Jaya Medan.

Kuesioner ini dimaksudkan untuk memperoleh data berupa informasi secara tertulis dan langsung dari responden. Jawaban dari responden bersifat kualitatif yang kemudian dikuantitatifkan dan diukur dengan menggunakan skala tingkat (*likert*). Skala *likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam pengukuran aspek pengaruh lokasi dan media sosial digunakan skala tingkat (*likert*) dengan keterangan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Tingkat Skala

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Biasa Saja (BS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.6.1. Teknik Analisis Data

3.6.1. Uji Validitas

Dalam penyajian data pada peneliti ini berupa tabel dalam menjelaskan hasil peneliti yang akan diuji seperti hasil perhitungan melalui uji validitas. Menurut Ghazali (2021:66), “Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut”. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui ketepatan dan kehandalan kuesioner yang mempunyai arti bahwa kuesioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur.

Keputusan pengujian validitas item responden adalah sebagai berikut :

1. *Item* pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan *valid* apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. *Item* pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan tidak *valid* apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Selain uji validitas, uji reliabilitas juga dibutuhkan dalam menguji suatu pernyataan yang dimana menurut Ghazali (2021:61), “Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu”.

Untuk mengukur reliabilitas konsistensi internal peneliti dapat menggunakan teknik *cronbach alpha*, dimana besarnya nilai alpha yang dihasilkan dibandingkan dengan indeks :

1. *Cronbach's alpha* $< 0,6$ = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* $0,6-0,79$ = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* $0,8$ = reliabilitas baik.

3.7. Uji Asumsi Klasik

Dalam suatu penelitian kemungkinan akan munculnya masalah dalam analisis regresi sering dalam mencocokkan model prediksi ke dalam sebuah model yang telah dimasukkan ke dalam serangkaian data, masalah ini sering disebut dengan masalah pengujian asumsi klasik yang di dalamnya termasuk pengujian normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas.

3.7.1. Uji Normalitas

Pengujian pertama yang dilakukan dalam melakukan olah data adalah menggunakan uji normalitas. Menurut Ghazali (2021:196), “Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F

mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal”. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak *valid* untuk jumlah sampel yang kecil.

Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

1. Analisis Grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian hanya dengan melihat histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode yang handal adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan *plotting* data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Dengan melihat tampilan grafik histogram maupun grafik *normal plot* dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang melenceng (*skewness*) ke kiri dan tidak normal. Sedangkan pada grafik *normal plot* terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis normal, serta penyebarannya agak menjauh dari garis diagonal. Kedua grafik ini menunjukkan bahwa model regresi menyalahi asumsi normalitas. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data

(titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Analisis *Kolmogorov – Smirnov* (K-S)

Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Pedoman dalam pengambilan keputusan ini adalah :

- a. $p < 0,05$ maka distribusi data tidak normal.
- b. $p \geq 0,05$ maka distribusi data normal.

3.7.2. Uji Multikolonieritas

Selanjutnya dilakukan pengujian multikolinearitas yang dimana menurut Ghozali (2021:157), “uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen).” Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya dengan melihat (1) nilai *Tolerance* dan lawannya (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan

setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi syarat untuk melihat nilai *Tolerance* dan *Varian Inflation Factor* (VIF) pada model regresi apabila

1. Nilai $VIF < 10$ dan $tolerance > 0,1$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.
2. Nilai $VIF > 10$ dan $tolerance < 0,1$ maka dinyatakan terjadi multikolinieritas

3.7.3. Uji Heteroskedastisitas

Setelah mendapatkan kedua uji tersebut maka dilanjutkan dengan menggunakan uji heteroskedastisitas yang dimana Ghozali (2021:178), “uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.” Jika *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang berbeda disebut Heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crossection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar). Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah di prediksi, dan

sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*. Dasar analisis sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8. Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen dengan skala pengukuran atau rasio dalam suatu persamaan linier. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan model regresi berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Keberhasilan Usaha (*dependent variable*)
- X_1 = Penggunaan *Market Place* (*independent variable*)
- X_2 = Keberanian Mengambil Resiko (*independent variable*)
- X_3 = Pengetahuan Kewirausahaan (*independent variable*)
- a = konstanta
- β_1 = Koefisien untuk variabel Penggunaan *Market Place*
- β_2 = Koefisien untuk variabel Keberanian Mengambil Resiko
- β_3 = Koefisien untuk variabel Pengetahuan Kewirausahaan
- e = Persentase kesalahan (10%)

3.9. Pengujian Hipotesis

3.9.1. Uji t (Uji Secara Parsial)

Dalam sebuah penelitian, diperlukan uji parsial dalam mendapatkan hasil sebuah penelitian yang dimana menurut Ghazali (2021:148), “Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen”. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai t_{hitung} dari t_{tabel} :

1. $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$, Artinya Penggunaan *Market Place* , Keberanian Mengambil Resiko, dan Pengetahuan Kewirausahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha.
2. $H_A: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$, Artinya Penggunaan *Market Place* , Keberanian Mengambil Resiko, dan Pengetahuan Kewirausahaan secara parsial berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai signifikansi :

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_A ditolak.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_A diterima.

3.9.2. Uji F (Uji Secara Serempak)

Selain itu, uji simultan akan dilakukan untuk mendapatkan hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh dari seluruh variabel bebas yang digunakan terhadap variabel terikat. Menurut Ghazali (2021:148), tidak seperti uji t yang menguji signifikansi koefisien parsial regresi secara individu dengan uji hipotesis terpisah

bahwa setiap koefisien regresi sama dengan nol. Uji F adalah uji Anova ingin menguji β_1 , β_2 , β_3 sama dengan nol. Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai F hitung dari F tabel :

1. $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$, Artinya Penggunaan *Market Place* , Keberanian Mengambil Resiko, dan Pengetahuan Kewirausahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha.
2. $H_A: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$, Artinya Penggunaan *Market Place* , Keberanian Mengambil Resiko, dan Pengetahuan Kewirausahaan secara parsial berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai signifikansi :

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_A ditolak.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_A diterima.

3.10. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Dalam mengukur besaran pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat dapat digunakan hasil pengujian dari koefisien determinasi. Menurut Ghazali (2021:147), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel–variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel–variabel

independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bisa terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik.

Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel *dependent* amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 (satu) berarti variabel-variabel *independent* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel *dependent*. Setiap tambahan satu variabel *independent* R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai *adjusted* R^2 dapat naik atau turun apabila suatu variabel *independent* ditambahkan ke dalam model. Dalam kenyataan, Nilai *adjusted* R^2 dapat bernilai negatif, walaupun yang dikehendaki harus bernilai positif.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Era Jaya Medan

Era Jaya Medan merupakan salah satu toko yang bergerak dibidang menyediakan *sparepart* mobil yang dimana perusahaan ini sudah didirikan sejak tahun 2007. Perusahaan yang dibentuk oleh bapak Tjong Nai Yong ini pun sudah memiliki banyak sekali pelanggan. Untuk menjangkau konsumen yang lebih luas toko Era Jaya Medan menyediakan dan membuka toko di *marketplace* dengan nama toko yang berbeda yaitu dengan nama toko ACC Auto. Untuk toko *online* tersebut sudah tersedia di Tokopedia dan juga Shopee. Toko yang awalnya hanya medikan beberapa jenis *sparepart* ini sudah berkembang dari tahun ke tahun di mana toko ini sudah dapat menyediakan banyak sekali jenis *sparepart* dari beragam macam jenis mobil yang ada di Indonesia.

Toko Era Jaya Medan juga menyediakan produk dengan *brand* sendiri dimana toko ini menyediakan beberapa macam aksesoris yang diproduksi langsung dari China dan memasarkan produk *sparepart* tersebut di Indonesia melalui penjualan langsung maupun penjualan secara *online* Toko Era Jaya juga terus berusaha untuk mengembangkan usahanya agar dapat menjadi usaha yang lebih besar sehingga dapat menjangkau selurung konsumen yang ada di Medan maupun seluruh wilayah Sumatera.

4.1.2 Visi dan Misi Era Jaya Medan

Visi

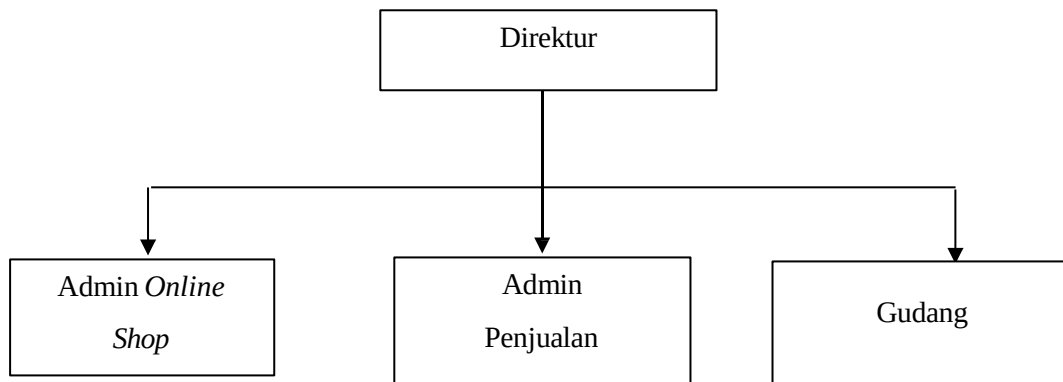
Menjadi salah satu distributor *sparepart* mobil yang terbesar di Medan maupun di Sumatera Utara.

Misi

1. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada para konsumen.
2. Menyediakan segala jenis *sparepart* untuk segala jenis mobil yang ada di Indonesia.
3. Secara terus menerus dapat melayani konsumen dengan baik dan menjaga hubungan baik dengan para konsumen.

4.1.3 Struktur Organisasi Era Jaya Medan

Setiap perusahaan tentu mempunyai struktur organisasi agar terlihat secara jelas batas – batas wewenang dan tanggung jawab tiap bagian. Struktur organisasi adalah kerangka kerja yang menjelaskan fungsi masing-masing bagian menurut pola yang dikehendaki. Dengan adanya struktur organisasi maka setiap karyawan dapat mudah mengetahui fungsi kerja dan wewenang masing-masing bagian, sehingga tidak ada tumpang tindih dalam pelaksanaan koordinasi kerja dan fungsi manajemen organisasi lainnya dalam perusahaan. Sesuai dengan tugas dan tanggung jawab, Era Jaya Medan mempunyai struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Era Jaya Medan

Sumber: Era Jaya Medan, 2023

1. Direktur Utama
 - a. Menentukan visi dan misi perusahaan.
 - b. Melakukan kerja sama sebelum memulai bisnis secara resmi.
 - c. Terlibat dalam perencanaan strategi bisnis.
 - d. Meninjau aktivitas usaha.
 - e. Berkomunikasi dengan investor dan pemegang kepentingan lain dalam bisnis.
2. Admin *Online Shop*
 - a. Mengatur foto yang akan di upload di *Marketplace*
 - b. Membalas semua pertanyaan dari para pelanggan yang ada di *online shop*
 - c. Melakukan pengiriman barang yang di pesan oleh konsumen
 - d. Menjaga interaksi dengan para konsumen yang ada di *online shop*
3. Admin Penjualan
 - a. Mencatat setiap penjualan produk yang ada di toko

- b. Melakukan rekapan penjualan
 - c. Melakukan pengiriman
 - d. Memeriksa setiap bukti transaksi yang ada di toko
4. Gudang
- a. Memeriksa setiap produk yang keluar dan masuk dari Gudang
 - b. Memeriksa barang yang dikirim dan dipesan dari toko untuk di ambil sudah sesuai dengan permintaan

4.1.4 Karakteristik Responden

Deskripsi responden merupakan deskripsi tentang unit analisis/observasi yang diteliti yang mencakup karakteristik atau profil responden yang diperoleh dari hasil pengolahan data dari kuesioner, misalnya jenis kelamin dan usia. Jumlah sampel yang digunakan sebagai responden adalah sebanyak 100 orang responden Era Jaya Medan.

4.1.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin seperti pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Perempuan	14	14
2	Laki-laki	86	86
	Jumlah	100	100

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.1 terlihat responden pada Era Jaya Medan yang berjenis kelamin laki-laki paling banyak yaitu sebanyak 86 orang (86%) dan berjenis kelamin perempuan sebanyak 14 orang (14%). Mayoritas responden adalah

berjenis kelamin laki-laki karena laki-laki lebih memahami dan menyukai otomotif.

4.1.4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi responden berdasarkan usia seperti pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 20 Tahun	14	14
2	21-30 Tahun	58	58
3	31-40 Tahun	28	28
4	41-50 Tahun	0	0
5	>50 Tahun	0	0
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.2 terlihat responden Era Jaya Medan yang berumur di antara 21-30 tahun paling banyak yaitu sebanyak 58 orang (58%) dan paling sedikit berumur 31-40 tahun yaitu hanya sebanyak 28 orang (28%). Mayoritas responden tergolong cukup muda yaitu berkisar dari 21-30 tahun, hal ini disebabkan karena mayoritas responden memiliki hobi akan otomotif.

4.1.4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Deskripsi responden berdasarkan usia seperti pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3
Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	SMA	59	59
2	D3	15	15
3	S1	24	24
4	Lainnya	2	2
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.3 terlihat responden Era Jaya Medan yang memiliki pendidikan terakhir SMA paling banyak yaitu sebanyak 59 orang (59%) yang dimana D3 sebanyak 8 orang (15%), S1 sebanyak 24 orang (24%) dan lainnya sebanyak 2 orang (2%). Hal ini dikarenakan mayoritas responden dari Era Jaya Medan berasal dari kalangan anak muda yang menyukai otomotif.

4.1.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.1.5.1 Uji Validitas

Dalam penyajian data pada peneliti ini berupa tabel dalam menjelaskan hasil peneliti yang akan diuji seperti hasil perhitungan melalui uji validitas. Menurut Ghazali (2021:66), “Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut”. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui ketepatan dan kehandalan kuesioner yang mempunyai arti bahwa kuesioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur.

Keputusan pengujian validitas item responden adalah sebagai berikut :

1. *Item* pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan *valid* apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. *Item* pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan tidak *valid* apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Hasil uji validitas untuk variabel *Marketplace* (X_1) dapat dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4
Uji Validitas Variabel Marketplace (X₁)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Berbelanja di Era Jaya melalui Shopee akan lebih hemat biaya, dengan adanya program gratis ongkos kirim	0.879	0,3673	Valid
Era Jaya memberikan banyak alternatif metode pembayaran melalui Shopee	0.693	0,3673	Valid
Toko Era Jaya sudah banyak dikenal oleh masyarakat	0.837	0,3673	Valid
Toko Era Jaya memiliki reputasi yang baik	0.472	0,3673	Valid
Toko Era Jaya sangat mudah ditemukan di Shopee	0.754	0,3673	Valid
Saya selalu mengklik iklan produk Era Jaya yang masuk ke <i>inbox</i>	0.683	0,3673	Valid
Saya merasakan kemudahan dalam pemesanan produk sparepart dari Era Jaya di Shopee	0.824	0,3673	Valid
Era Jaya memberikan banyak alternatif metode pembayaran melalui Shopee	0.536	0,3673	Valid

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.3 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel *Marketplace* menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,3673 sehingga semua butir pernyataan kuesioner *Marketplace* dinyatakan telah valid. Hasil uji validitas untuk variabel Resiko (X₂) dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5
Uji Validitas Variabel Resiko (X₂)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Toko Era Jaya menyediakan Sparepart berbagai jenis merek kendaraan dari kelas bawah sampai kelas atas	0.519	0,3673	Valid
Era Jaya menyediakan <i>Sparepart</i> kendaraan yang lengkap mulai keluaran 10 tahun terakhir	0.537	0,3673	Valid

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Era Jaya memahami kebutuhan saya dengan menyediakan banyak variasi sparepart kendaraan seperti yang saya inginkan	0.711	0,3673	Valid
Berbelanja di Era Jaya memudahkan saya dalam penggunaan uang digital	0.837	0,3673	Valid
Karyawan dari toko Era Jaya tergolong cepat dalam menghadapi keluhan konsumen	0.677	0,3673	Valid
Toko Era Jaya sering memberikan keterangan yang kurang tepat untuk produk yang dijual	0.497	0,3673	Valid

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.5 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Resiko menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,3673 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Resiko dinyatakan telah valid. Hasil uji validitas untuk variabel Pengetahuan Berwirausaha dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6
Uji Validitas Variabel Pengetahuan Berwirausaha (X_3)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Karyawan toko sangat ramah kepada setiap pengunjung toko	0.474	0,3673	Valid
Toko Era Jaya menawarkan produk dengan harga yang murah	0.865	0,3673	Valid
Toko Era Jaya mengerti cara mengatasi keluhan pelanggan ketika berbelanja <i>online</i>	0.603	0,3673	Valid
Toko Era Jaya selalu memberikan harga yang murah untuk mempertahankan pelanggannya	0.543	0,3673	Valid
Toko Era Jaya memberikan kemudahan kepada pelanggan dengan memberikan pengiriman gratis untuk pembelian dengan jumlah tertentu	0.835	0,3673	Valid

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Berbelanja di toko Era Jaya membuat saya lebih hemat	0.865	0,3673	Valid
Saya lebih dapat mengetahui kebutuhan <i>sparepart</i> saya dengan berbelanja di toko Era Jaya	0.876	0,3673	Valid
Karyawan toko Era Jaya sangat memahami kebutuhan dari pelanggan	0.802	0,3673	Valid
Karyawan toko Era Jaya mengerti akan setiap produk <i>sparepart</i> yang dijual.	0.490	0,3673	Valid

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.6 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Pengetahuan Berwirausaha menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,3673 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Pengetahuan Berwirausaha dinyatakan telah valid. Hasil uji validitas untuk variabel Keberhasilan Usaha dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7
Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha (Y)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
<i>Sparepart</i> yang dijual oleh Era Jaya Medan sangat lengkap	0.742	0,3673	Valid
Era Jaya Medan juga menjual aksesoris mobil	0.641	0,3673	Valid
<i>Sparepart</i> di toko Era Jaya selalu tersedia	0.488	0,3673	Valid
Pengiriman barang dari toko Era Jaya sangatlah cepat	0.622	0,3673	Valid
Karyawan toko Era Jaya sangat mengerti akan <i>sparepart</i> mobil	0.641	0,3673	Valid
Karyawan toko Era Jaya sangatlah ramah	0.489	0,3673	Valid
Karyawan toko Era Jaya sangat berkompeten	0.809	0,3673	Valid

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Toko Era Jaya selalu ramai dikunjungi pelanggan	0.599	0,3673	Valid

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.7 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Keberhasilan Usaha menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Keberhasilan Usaha dinyatakan telah valid

4.1.5.2 Uji Reliabilitas

Selain uji validitas, uji reliabilitas juga dibutuhkan dalam menguji suatu pernyataan yang dimana menurut Ghozali (2021:61), “Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu”.

Untuk mengukur reliabilitas konsistensi internal peneliti dapat menggunakan teknik *cronbach alpha*, dimana besarnya nilai alpha yang dihasilkan dibandingkan dengan indeks :

1. *Cronbach's alpha* < 0,6 = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* 0,6-0,79 = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* 0,8 = reliabilitas baik.

Hasil uji reliabilitas variabel *Marketplace* dapat dilihat pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8
Uji Reliabilitas Variabel *Marketplace* (X_1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.862	8

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa kedelapan butir *item* untuk variabel *Marketplace* (X_1) tersebut memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 yaitu $0,862 > 0,60$. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa variabel *Marketplace* (X_1) dapat dinyatakan reliabel.

Hasil uji reliabilitas variabel Resiko dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9
Uji Reliabilitas Variabel Resiko (X_2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.697	6

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa keenam butir *item* untuk variabel Resiko (X_2) tersebut memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 yaitu $0,697 > 0,60$. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa variabel Resiko (X_2) dapat dinyatakan reliabel.

Hasil uji reliabilitas variabel Pengetahuan Berwirausaha dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10
Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan Berwirausaha (X₃)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.856	9

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa kesembilan butir *item* untuk variabel Pengetahuan Berwirausaha (X₃) tersebut memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 yaitu $0,856 > 0,60$. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan Berwirausaha (X₃) dapat dinyatakan reliabel.

Hasil uji reliabilitas variabel Keberhasilan Usaha dapat dilihat pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11
Uji Reliabilitas Variabel Keberhasilan Usaha (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.767	8

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa kedelapan butir *item* untuk variabel Keberhasilan Usaha (Y) tersebut memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 yaitu $0,767 > 0,60$. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa variabel Keberhasilan Usaha (Y) dapat dinyatakan reliabel.

4.1.6 Uji Asumsi Klasik

4.1.6.1 Uji Normalitas

Pengujian pertama yang dilakukan dalam melakukan olah data adalah menggunakan uji normalitas. Menurut Ghozali (2021:196), “Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal”. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak *valid* untuk jumlah sampel yang kecil.

Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

1. Analisis Grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian hanya dengan melihat histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode yang handal adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan *ploting* data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Dengan melihat tampilan grafik histogram maupun grafik

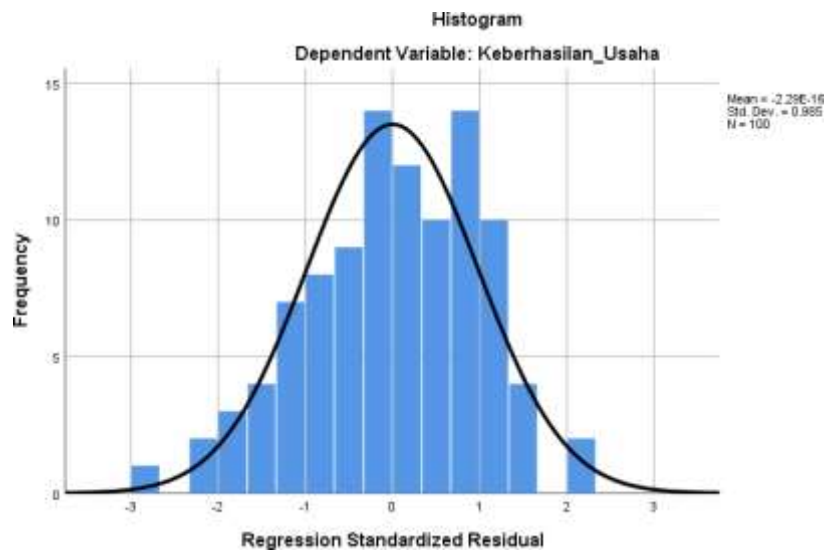
normal plot dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang melenceng (*skewness*) ke kiri dan tidak normal. Sedangkan pada grafik *normal plot* terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis normal, serta penyebarannya agak menjauh dari garis diagonal. Kedua grafik ini menunjukkan bahwa model regresi menyalahi asumsi normalitas. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
 - b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.
2. Analisis *Kolmogorov – Smirnov* (K-S)

Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Pedoman dalam pengambilan keputusan ini adalah :

- a. $p < 0,05$ maka distribusi data tidak normal.
- b. $p \geq 0,05$ maka distribusi data normal.

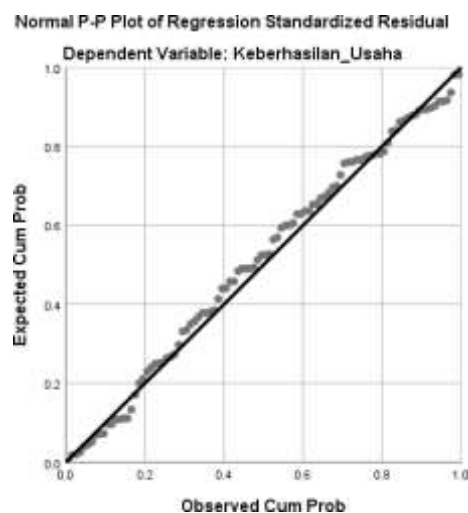
Berikut ini uji normalitas melalui grafik histogram dan grafik *Normal P Plot* seperti pada Gambar 4.2. dan 4.3.



Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Gambar 4.2
Grafik Histogram

Dari Gambar 4.2 ini dapat dilihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.



Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Gambar 4.3
Grafik Normal P-P Plot

Dari Gambar 4.3 menunjukkan bahwa data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hal ini sejalan dengan hasil pengujian menggunakan histogram bahwa telah terdistribusi normal.

Hasil uji *One Kolmogrov Smirnov* dapat dilihat pada Tabel 4.12.

Tabel 4.12
Uji *One Kolmogrov-Smirnov*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	4.02949685
Most Extreme Differences	Absolute	0.060
	Positive	0.052
	Negative	-0.060
Test Statistic		0.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 ($\text{Sig } F > 5\%$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

4.1.6.2 Uji Multikolinearitas

Selanjutnya dilakukan pengujian multikolinearitas yang dimana menurut Ghozali (2021:157), “uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen).” Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya dengan melihat (1) nilai *Tolerance* dan lawannya (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi syarat untuk melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi apabila

1. Nilai $VIF < 10$ dan $tolerance > 0,1$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.
2. Nilai $VIF > 10$ dan $tolerance < 0,1$ maka dinyatakan terjadi multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 4.13.

Tabel 4.13
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Marketplace	0.872	1.147
	Resiko	0.835	1.198
	Pengetahuan_Berwirausaha	0.807	1.240

a. Dependent Variable: Keberhasilan_Usaha

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.13 diketahui nilai *TOLERANCE* yang diperoleh untuk variabel *Marketplace* adalah sebesar 0.872, variabel Resiko adalah sebesar 0.835 dan variabel Pengetahuan Berwirausaha adalah sebesar 0.807 yang lebih dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh untuk variabel *Marketplace* adalah sebesar 1,1147, variabel Resiko adalah sebesar 1.1198 dan variabel Pengetahuan Berwirausaha adalah sebesar 1.240 yang kurang dari 10, sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi persoalan multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya.

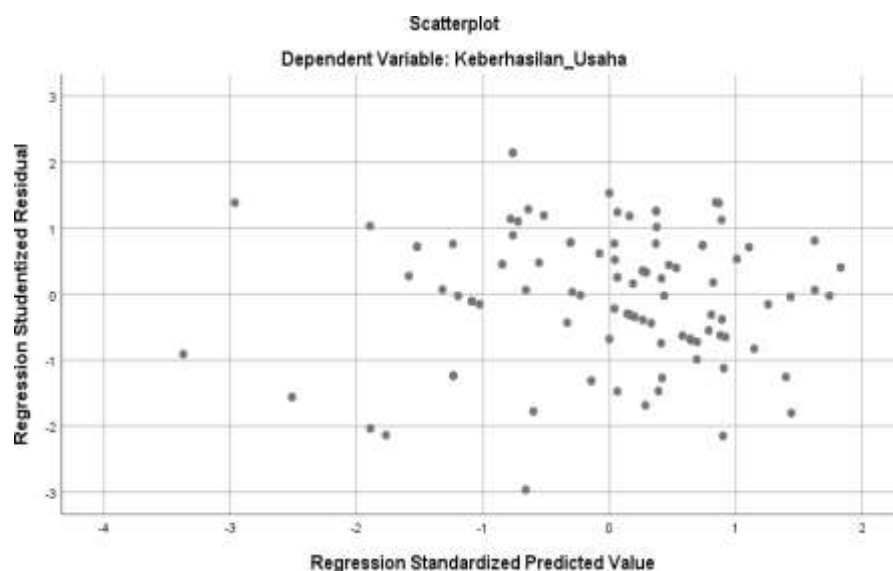
4.1.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Setelah mendapatkan kedua uji tersebut maka dilanjutkan dengan menggunakan uji heteroskedastisitas yang dimana Ghazali (2021:178), “uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.” Jika *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang berbeda disebut Heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crossection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar). Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah di prediksi, dan

sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized*. Dasar analisis sebagai berikut:

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji Grafik *Scatterplot* heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 4.4.



Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Gambar 4.4
Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 4.4 terlihat titik-titik secara acak atau tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas secara terbesar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu *Regeression Studentized Residual* (Y). Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedasitas pada model regresi sehingga model regresi ini layak

digunakan untuk memprediksi Keberhasilan Usaha berdasarkan *Marketplace*, Resiko dan Pengetahuan Berwirausaha.

4.1.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen dengan skala pengukuran atau rasio dalam suatu persamaan linier. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan model regresi berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Keberhasilan Usaha (*dependent variable*)
- X₁ = Penggunaan *Market Place* (*independent variable*)
- X₂ = Keberanian Mengambil Resiko (*independent variable*)
- X₃ = Pengetahuan Kewirausahaan (*independent variable*)
- a = konstanta
- β₁ = Koefisien untuk variabel Penggunaan *Market Place*
- β₂ = Koefisien untuk variabel Keberanian Mengambil Resiko
- β₃ = Koefisien untuk variabel Pengetahuan Kewirausahaan
- e = Persentase kesalahan (10%)

Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 4.14.

Tabel 4.14
Uji Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	2.565	3.463
	Marketplace	0.378	0.107
	Resiko	0.318	0.149
	Pengetahuan_Berwirausaha	0.314	0.090

a. Dependent Variable: Keberhasilan_Usaha

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari uji regresi linear berganda diperoleh persamaan regresinya adalah:

$$\text{Keberhasilan Usaha} = 2.565 + 0.378 \text{ Marketplace} + 0.318 \text{ Resiko} + 0.314$$

$$\text{Pengetahuan Berwirausaha} + e$$

Penjelasan persamaan sebagai berikut:

1. 2.565 artinya: jika *Marketplace*, Resiko dan Pengetahuan Berwirausaha yang diteliti konstan, maka Keberhasilan Usaha pada Era Jaya Medan adalah sebesar 2.565.
2. 0.378 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel *Marketplace* (X_1) akan menyebabkan Keberhasilan Usaha bertambah sebesar 0.378 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel Resiko (X_2) dan Pengetahuan Berwirausaha (X_3) dianggap konstan.
3. 0.318 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel Resiko (X_2) akan menyebabkan Keberhasilan Usaha bertambah sebesar 0,318 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel *Marketplace* (X_1) dan Pengetahuan Berwirausaha (X_3) dianggap konstan.
4. 0.314 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel Pengetahuan Berwirausaha (X_3) akan menyebabkan Keberhasilan Usaha bertambah sebesar 0.314 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel *Marketplace* (X_1) dan Resiko (X_2) dianggap konstan

4.1.8 Pengujian Hipotesis

4.1.8.1 Uji t (Uji Secara Parsial)

Dalam sebuah penelitian, diperlukan uji parsial dalam mendapatkan hasil sebuah penelitian yang dimana menurut Ghozali (2021:148), “Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen”. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai t_{hitung} dari t_{tabel} :

1. $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$, Artinya Penggunaan *Market Place* , Keberanian Mengambil Resiko, dan Pengetahuan Kewirausahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha.
2. $H_A: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$, Artinya *Market Place* , Keberanian Mengambil Resiko, dan Pengetahuan Kewirausahaan secara parsial berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai signifikansi :

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_A ditolak.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_A diterima.

Tabel 4.15
Uji t (Uji Secara Parsial)
Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	0.741	0.461
	Marketplace	3.518	0.001
	Resiko	2.132	0.036
	Pengetahuan_Berwirausaha	3.481	0.001

a. Dependent Variable: Keberhasilan_Usaha

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.15 diketahui bahwa:

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel *Marketplace* adalah 3.518 dengan tingkat signifikan 0.001. Dengan derajat bebas (df) sebesar 97 ($n-3 = 100$ orang responden $- 3$) dan taraf sig $\alpha = 5\% : 2 = 0.025$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,98472. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_1 diterima sehingga *Marketplace* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel Keberanian Mengambil Resiko adalah 2.132 dengan tingkat signifikan 0.036. Dengan derajat bebas (df) sebesar 97 ($n-3 = 100$ orang responden $- 3$) dan taraf sig $\alpha = 5\% : 2 = 0.025$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,98472. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_2 diterima sehingga Keberanian Mengambil Resiko secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan.
3. Nilai t_{hitung} untuk variabel Pengetahuan Berwirausaha adalah 3.481 dengan tingkat signifikan 0.001. Dengan derajat bebas (df) sebesar 97 ($n-3 = 100$ orang responden $- 3$) dan taraf sig $\alpha = 5\% : 2 = 0.025$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,98472. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_3 diterima sehingga Pengetahuan Berwirausaha secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan

4.1.8.2 Uji F (Uji Secara Simultan)

Selain itu, uji simultan akan dilakukan untuk mendapatkan hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh dari seluruh variabel bebas yang digunakan terhadap variabel terikat. Menurut Ghazali (2021:148), tidak seperti uji t yang menguji signifikansi koefisien parsial regresi secara individu dengan uji hipotesis terpisah bahwa setiap koefisien regresi sama dengan nol. Uji F adalah uji Anova ingin menguji b_1 , b_2 , b_3 sama dengan nol. Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai F hitung dari F tabel :

1. $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$, Artinya Penggunaan *Market Place* , Keberanian Mengambil Resiko, dan Pengetahuan Kewirausahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha.
2. $H_A: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$, Artinya *Market Place* , Keberanian Mengambil Resiko, dan Pengetahuan Kewirausahaan secara parsial berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai signifikansi :

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_A ditolak.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_A diterima.

Tabel 4.16
Uji F (Uji Secara Simultan)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	930.262	3	310.087	18.519	.000 ^b
	Residual	1607.448	96	16.744		
	Total	2537.710	99			

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.16 diketahui nilai F_{hitung} sebesar 18.519 dengan tingkat signifikan 0,001. Untuk tingkat keyakinan 95%, $df_1 = 3$, dan $df_2 = 96$ maka nilai F_{tabel} adalah 2.70. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_4 Diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa *Marketplace*, Keberanian Mengambil Resiko dan Pengetahuan Berwirausaha secara serempak berpengaruh dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan.

4.1.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam mengukur besaran pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat dapat digunakan hasil pengujian dari koefisien determinasi. Menurut Ghozali (2021:147), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 4.17
Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.605 ^a	0.367	0.347	4.09197

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan_Berwirausaha, Marketplace, Resiko

b. Dependent Variable: Keberhasilan_Usaha

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Hasil perhitungan diketahui bahwa koefisien determinasi *R Square* yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen adalah 0.347. Hal ini menunjukkan bahwa 34.7% Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan dipengaruhi oleh variabel *Marketplace*, Keberanian Mengambil Resiko dan Pengetahuan Berwirausaha, sedangkan sisanya yaitu 65.3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh *Marketplace* terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil perhitungan nilai t_{hitung} untuk variabel *Marketplace* adalah 3.518 dengan tingkat signifikan 0.001. Dengan derajat bebas (df) sebesar 97 ($n-3 = 100$ orang responden $- 3$) dan taraf sig $\alpha = 5\% : 2 = 0.025$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,98472. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_1 diterima sehingga *Marketplace* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Farisi, dkk (2022) yang berjudul Pengaruh *Electronic Commerce* Terhadap Keberhasilan Usaha Di Kawasan Tekstil Cigondewah Kota Bandung yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa *Electronic commerce* berpengaruh cukup rendah terhadap keberhasilan usaha di Kawasan Tekstil Cigondewah. Penelitian dari Afifah, etc (2018) yang berjudul *Digital Marketing Adoption and Influences Toward Business Successes of MSMEs Creative Sector In Indonesia and Malaysia* yang

mengatakan bahwa *the factor which significantly affects the success of digital marketing uses is knowledge.*

4.2.2 Pengaruh Keberanian Mengambil Resiko terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil perhitungan nilai t_{hitung} untuk variabel Keberanian Mengambil Resiko adalah 2.132 dengan tingkat signifikan 0.036. Dengan derajat bebas (df) sebesar 97 ($n-3 = 100 \text{ orang responden} - 3$) dan taraf sig $\alpha = 5\% : 2 = 0.025$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,98472. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_2 diterima sehingga Keberanian Mengambil Resiko secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktavia & Trimeiningrum (2018) yang berjudul Pengaruh Percaya Diri Dan Keberanian Mengambil Risiko Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Makanan Ringan Di Kota Semarang (Studi Kasus Pada Sentra Industri Kerupuk, Keripik, Peyek dan Sejenisnya di Kota Semarang) yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa secara parsial dan simultan Percaya Diri Dan Keberanian Mengambil Risiko berpengaruh terhadap Keberhasilan UKM. Penelitian dari Viswanathan, etc (2022) yang berjudul *Influence of risk mitigation measures on international construction project success criteria – a survey of Indian experiences* yang mengatakan bahwa *Risk mitigation has a significant impact on project success*

4.2.3 Pengaruh Pengetahuan Berwirausaha terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil perhitungan nilai t_{hitung} untuk variabel Pengetahuan Berwirausaha adalah 3.481 dengan tingkat signifikan 0.001. Dengan derajat bebas (df) sebesar 97 ($n-3 = 100$ orang responden $- 3$) dan taraf sig $\alpha = 5\% : 2 = 0.025$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,98472. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_3 diterima sehingga Pengetahuan Berwirausaha secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Munte, dkk (2021) yang berjudul Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Inovasi Terhadap Keberhasilan UKM Alumni dan Mahasiswa Universitas Tarumagara yang menyatakan bahwa secara parsial dan simultan Pengetahuan Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Inovasi berpengaruh terhadap Keberhasilan UKM. Penelitian dari Radzi, dkk (2017) yang berjudul *The Impact of Internal Factors on Small Business Success: A Case of Small Enterprises Under The Felda Scheme* yang mengatakan bahwa secara parsial dan simultan *Entrepreneurial competency, Marketing capability, Financial resources, Technology usage and Knowledge affect Business Success*.

4.2.4 Pengaruh Marketplace, Keberanian Mengambil Resiko dan Pengetahuan Berwirausaha terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil perhitungan nilai F_{hitung} sebesar 18.519 dengan tingkat signifikan 0,001. Untuk tingkat keyakinan 95%, $df_1 = 3$, dan $df_2 = 96$ maka nilai F_{tabel} adalah 2.70. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_4 Diterima sehingga

dapat dinyatakan bahwa *Marketplace*, Keberanian Mengambil Resiko dan Pengetahuan Berwirausaha secara serempak berpengaruh dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan

Hasil perhitungan diketahui bahwa koefisien determinasi *R Square* yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen adalah 0.347. Hal ini menunjukkan bahwa 34.7% Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan dipengaruhi oleh variabel *Marketplace*, Resiko dan Pengetahuan Berwirausaha, sedangkan sisanya yaitu 65.3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Farisi, dkk (2022) yang berjudul Pengaruh *Electronic Commerce* Terhadap Keberhasilan Usaha Di Kawasan Tekstil Cigondewah Kota Bandung yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa *Electronic commerce* berpengaruh cukup rendah terhadap keberhasilan usaha di Kawasan Tekstil Cigondewah. Penelitian dari Afifah, etc (2018) yang berjudul *Digital Marketing Adoption and Influences Toward Business Successes of MSMEs Creative Sector In Indonesia and Malaysia* yang mengatakan bahwa *the factor which significantly affects the success of digital marketing uses is knowledge*. Penelitian yang di lakukan oleh Oktavia & Trimeiningrum (2018) yang berjudul Pengaruh Percaya Diri Dan Keberanian Mengambil Risiko Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Makanan Ringan Di Kota Semarang (Studi Kasus Pada Sentra Industri Kerupuk, Keripik, Peyek dan Sejenisnya di Kota Semarang) yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa secara parsial dan simultan Percaya Diri Dan Keberanian Mengambil Risiko berpengaruh terhadap Keberhasilan UKM. Penelitian dari Viswanathan, etc

(2022) yang berjudul *Influence of risk mitigation measures on international construction project success criteria – a survey of Indian experiences* yang mengatakan bahwa *Risk mitigation has a significant impact on project success*. penelitian yang di lakukan oleh Munte, dkk (2021) yang berjudul Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Inovasi Terhadap Keberhasilan UKM Alumni dan Mahasiswa Universitas Tarumagara yang menyatakan bahwa secara parsial dan simultan Pengetahuan Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Inovasi berpengaruh terhadap Keberhasilan UKM. Penelitian dari Radzi, dkk (2017) yang berjudul *The Impact of Internal Factors on Small Business Success: A Case of Small Enterprises Under The Felda Scheme* yang mengatakan bahwa secara parsial dan simutan *Entrepreneurial competency, Marketing capability, Financial resources, Technology usage and Knowledge affect Business Success*.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menyatakan pengaruh Pengetahuan *Marketplace* (X_1), Keberanian Mengambil Resiko (X_2) dan Pengetahuan Berwirausaha (X_3) terhadap Keberhasilan Usaha (Y) ditunjukkan dari hasil analisis regresi ganda bahwa variabel Pengetahuan *Marketplace*, Keberanian Mengambil Resiko dan Pengetahuan Berwirausaha secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keberhasilan Usaha
2. Hasil Uji t menunjukkan bahwa *Marketplace* secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan.
3. Hasil Uji t menunjukkan bahwa Keberanian Mengambil Resiko secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan.
4. Hasil Uji t menunjukkan bahwa Pengetahuan Berwirausaha secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan.
5. Hasil Uji F menunjukkan bahwa *Marketplace*, Keberanian Mengambil Resiko dan Pengetahuan Berwirausaha secara serempak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan.

6. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel *Marketplace*, Keberanian Mengambil Resiko dan Pengetahuan Berwirausaha memiliki keterkaitan terhadap Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan kepada perusahaan sebagai berikut :

1. *Marketplace* pada PD Era Jaya Medan perlu diperhatikan, sehingga perusahaan harus memperhatikan:
 - 1) PD Era Jaya Medan disarankan agar tetap konsisten mempertahankan pemberian metode untuk alternatif konsumen ketika hendak bertransaksi dengan toko sehingga konsumen dapat melakukan pembelian dan keputusan pembelian tetap tinggi.
 - 2) PD Era Jaya Medan disarankan agar dapat memperhatikan reputasi yang dimiliki agar dapat semakin ditingkatkan sehingga konsumen akan menjadi semakin yakin untuk melakukan pembelian dari PD Era Jaya Medan
2. Keberanian Mengambil Resiko pada PD Era Jaya Medan perlu diperhatikan, sehingga perusahaan harus memperhatikan:
 - 1) PD Era Jaya Medan disarankan agar tetap konsisten mempertahankan variasi sparepart yang dapat disediakan oleh toko sehingga produk sesuai dengan keinginan konsumen dan membuat keputusan pembelian menjadi meningkat.

- 2) PD Era Jaya Medan disarankan agar dapat meningkatkan kinerja dari pegawai perusahaan dengan lebih baik dalam memberikan solusi kepada konsumen yang mengalami keluhan sehingga konsumen menjadi lebih nyaman dalam berbelanja.
3. Pengetahuan Berwirausaha pada PD Era Jaya Medan perlu diperhatikan, sehingga perusahaan harus memperhatikan:
 - 1) PD Era Jaya Medan disarankan agar tetap konsisten mempertahankan keramahan dari karyawan perusahaan kepada konsumen yang mengunjungi toko sehingga konsumen dapat nyaman dalam melakukan transaksi
 - 2) PD Era Jaya Medan disarankan agar dapat memperhatikan apa yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga konsumen akan dapat terus berbelanja dengan toko karena produk yang diinginkannya tersedia di PD Era Jaya Medan .

5.3 Saran Akademis

Saran-saran yang dapat diberikan kepada akademis adalah :

1. Menambah Variabel Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Keberhasilan Usaha PD Era Jaya Medan selain variabel *Marketplace*, Keberanian Mengambil Resiko dan Pengetahuan Berwirausaha.

2. Perluasan Cakupan Geografis

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena pembagian angket hanya diambil dari beberapa konsumen saja. Selanjutnya diharapkan penelitian berikut mampu memperluas cakupan wilayahnya misalnya seluruh toko sparepart.

3. Menambah Jumlah Responden

Sehubungan dengan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 100 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga lebih dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.
- Gultom, P., Fenny, F., Januarty, W., Leonardi, N., & Sianturi, R. A. (2023). PELATIHAN PEMASARAN BERBASIS E-COMMERCE PADA PRODUK KAIN ECOPRINT HASIL IMPLEMENTASI P5 DI PERGURUAN SMA WR SUPRATMAN 1 MEDAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(2), 191-194.
- Gultom, P., Manik, D. E. M., Nainggolan, E., Gea, S. K., & Hoki, F. (2023). WORKSHOP SENI MERANGKAI BUNGA SEBAGAI PELUANG USAHA KREATIF BAGI IBU-IBU JEMAAT GKPI KHUSUS TELADAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(1), 89-93.
- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.

- Handayani, T. M., & Moktar, B. (2023). Analysis of the Effect of Segmentation and Targeting on Sales. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 10-19.
- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Moktar, B. (2023). The Influence of Advertising on Social Media, Price and Taste on Sales Volume. *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK)*, 3(3), 88-93.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.
- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka*

Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen, 8(1), 66-76.

- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.
- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpil Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies*, 7 (1), 66-78.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.
- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinos Medan Beauty Clinic.
- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 6(2), 381-387.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG

KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.

Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.

Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.

Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.

Situmorang, I. R. (2023). The Influence of Consumer Motivation, Consumer Perceptions and Attitudes Towards Product Purchase Decisions at PT. Unikitz Bersatu Group Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 1-9.

Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.

Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.

Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.

KUESIONER

Dalam rangka penyelesaian penelitian saya, maka saya memohon bantuan Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini untuk membantu data penelitian saya yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan *Market Place*, Keberanian Mengambil Resiko dan Pengetahuan Berwirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Era Jaya Medan”**.

1. Berilah tanda centang (✓) pada salah satu kolom yang tersedia dengan keterangan sebagai berikut:
SS : Sangat Setuju
S : Setuju
KS : Kurang Setuju
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju
2. Mohon dalam pengisian kuesioner, dilakukan seobjektif mungkin, agar hasil dari kuesioner ini yang akan dilakukan dalam penelitian dengan judul di atas dapat memberikan hasil yang optimal. Setelah selesai mengisi kuesioner ini, mohon diperiksa kembali apakah seluruh pernyataan telah selesai dijawab. Terima kasih.

Pendidikan Terakhir : ☐ SMA ☐ D3 ☐ S1 ☐ Lainnya

Kuesioner:

No	Pertanyaan	Kriteria Pemilihan					
		STS	TS	KS	S	SS	
Marketplace (X₁)							
Indikator : Efisiensi Biaya Pengeluaran							
1	Berbelanja di Era Jaya melalui Shopee akan lebih hemat biaya, dengan adanya program gratis ongkos kirim						
2	Era Jaya memberikan banyak alternatif metode pembayaran melalui Shopee						
Indikator : Reputasi							
1	Toko Era Jaya sudah banyak dikenal oleh masyarakat						
2	Toko Era Jaya memiliki reputasi yang baik						
Indikator : Pemasaran							
1	Toko Era Jaya sangat mudah ditemukan di Shopee						
2	Saya selalu mengklik iklan produk Era Jaya yang masuk ke <i>inbox</i>						
Indikator : Kemudahan Dalam Berbisnis Online							
1	Saya merasakan kemudahan dalam pemesanan produk sparepart dari Era Jaya di Shopee						
2	Era Jaya memberikan banyak alternatif metode pembayaran melalui Shopee						

No	Pertanyaan	Kriteria Pemilihan				
		STS	TS	KS	S	SS
Resiko (X ₂)						
Indikator : Faktor perubahan lingkungan, sosial dan ekonomi						
1	Toko Era Jaya menyediakan <i>Sparepart</i> berbagai jenis merek kendaraan dari kelas bawah sampai kelas atas					
2	Era Jaya menyediakan <i>Sparepart</i> kendaraan yang lengkap mulai keluaran 10 tahun terakhir					
Indikator : Gaya hidup yang meliputi tren pasar atau perkembangan, kemajuan teknologi, dan budaya						
1	Era Jaya memahami kebutuhan saya dengan menyediakan banyak variasi sparepart kendaraan seperti yang saya inginkan					
2	Berbelanja di Era Jaya memudahkan saya dalam penggunaan uang digital					
Indikator : Faktor individu atau sumber daya manusia, masih terdapat kesalahan strategi dan pemasaran (<i>marketing</i>).						
1	Karyawan dari toko Era Jaya tergolong cepat dalam menghadapi keluhan konsumen					
2	Toko Era Jaya sering memberikan keterangan yang kurang tepat untuk produk yang dijual					

No	Pertanyaan	Kriteria Pemilihan				
		STS	TS	KS	S	SS
Pengetahuan Berwirausaha (X3)						
Indikator : Pengantar kewirausahaan						
1	Karyawan toko sangat ramah kepada setiap pengunjung toko					
2	Toko Era Jaya menawarkan produk dengan harga yang murah					
3	Toko Era Jaya mengerti cara mengatasi keluhan pelanggan ketika berbelanja <i>online</i>					
Indikator : Perencanaan usaha						
1	Toko Era Jaya selalu memberikan harga yang murah untuk mempertahankan pelanggannya					
2	Toko Era Jaya memberikan kemudahan kepada pelanggan dengan memberikan pengiriman gratis untuk pembelian dengan jumlah tertentu					
Indikator : Perencanaan dan pengendalian keuangan						
1	Berbelanja di toko Era Jaya membuat saya lebih hemat					
2	Saya lebih dapat mengetahui kebutuhan <i>sparepart</i> saya dengan berbelanja di toko Era Jaya					
Indikator : Penggunaan sumber daya dalam menjalankan usaha						
1	Karyawan toko Era Jaya sangat memahami kebutuhan dari pelanggan					
2	Karyawan toko Era Jaya mengerti akan setiap produk <i>sparepart</i> yang dijual.					

No	Pertanyaan	Kriteria Pemilihan				
		STS	TS	KS	S	SS
Kesuksesan Usaha (Y)						
Indikator : Kemampuan menyesuaikan diri						
1	Sparepart yang dijual oleh Era Jaya Medan sangat lengkap					
2	Era Jaya Medan juga menjual aksesoris mobil					
Indikator : Produktivitas						
1	Sparepart di toko Era Jaya selalu tersedia					
2	Pengiriman barang dari toko Era Jaya sangatlah cepat					
Indikator : Kepuasan Kerja						
1	Karyawan toko Era Jaya sangat mengerti akan sparepart mobil					
2	Karyawan toko Era Jaya sangatlah ramah					
Indikator : Kemampuan mendapatkan laba dan pencarian sumber daya						
1	Karyawan toko Era Jaya sangat berkompeten					
2	Toko Era Jaya selalu ramai dikunjungi pelanggan					

LAMPIRAN II

TABULASI KUESIONER RESPONDEN VALIDITAS DAN RELIABILITAS

No.	<i>Marketplace (X1)</i>								Total
	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	
1	4	3	4	3	3	3	4	5	29
2	4	3	5	5	3	3	4	5	32
3	4	3	3	3	3	3	4	5	28
4	4	4	3	3	3	3	4	4	28
5	4	4	3	3	2	4	3	4	27
6	3	4	4	3	2	4	3	4	27
7	3	4	4	3	2	4	3	4	27
8	3	4	4	5	2	4	3	4	29
9	4	4	4	3	2	3	4	4	28
10	4	3	4	3	3	3	4	4	28
11	4	3	4	3	3	3	4	3	27
12	4	3	4	3	3	3	4	3	27
13	4	3	4	3	3	3	4	3	27
14	4	3	4	5	3	3	4	3	29
15	4	3	3	4	2	3	4	4	27
16	4	3	3	4	2	4	4	4	28
17	4	4	3	4	2	4	4	3	28
18	4	4	3	4	2	4	4	3	28
19	4	4	3	4	2	4	4	4	29
20	4	4	4	5	3	4	3	4	31
21	2	3	3	3	3	3	2	4	23
22	3	3	2	3	2	3	3	4	23
23	3	2	2	3	2	2	3	4	21
24	3	2	2	3	2	2	3	4	21
25	3	2	3	5	2	2	3	3	23
26	2	2	2	3	1	2	2	3	17
27	2	2	2	3	1	2	2	3	17
28	2	2	2	3	1	2	2	3	17
29	2	3	2	3	1	3	2	3	19
30	2	3	2	3	1	3	2	2	18

No.	Resiko (X2)						Total
	x21	x22	x23	x24	x25	x26	
1	3	4	4	4	4	4	23
2	3	2	2	2	3	4	16
3	4	5	4	2	1	4	20
4	4	4	4	5	3	4	24
5	4	5	4	2	1	4	20
6	4	4	5	4	3	4	24
7	4	4	3	4	4	5	24
8	4	4	4	4	4	4	24
9	4	4	5	4	4	5	26
10	4	4	4	4	4	4	24
11	3	4	5	5	3	5	25
12	4	4	4	4	4	4	24
13	3	2	3	2	1	4	15
14	3	4	3	3	4	4	21
15	4	4	4	4	3	4	23
16	4	4	4	4	3	4	23
17	4	4	4	4	3	4	23
18	4	4	5	5	4	5	27
19	4	4	4	4	3	5	24
20	5	5	4	4	4	5	27
21	4	5	4	2	1	4	20
22	4	4	5	4	2	4	23
23	4	5	4	4	4	4	25
24	4	4	4	4	4	5	25
25	5	4	5	5	4	5	28
26	3	5	4	3	5	5	25
27	5	4	4	3	2	5	23
28	5	5	5	5	4	4	28
29	4	4	4	4	3	4	23
30	3	4	4	4	4	5	24

No.	Pengetahuan Berwirausaha (X3)									
	x31	x32	x33	x34	x35	x36	x37	x38	x39	Total
1	4	5	4	5	5	5	4	5	3	40
2	4	5	4	5	5	5	4	5	3	40
3	4	4	4	5	4	4	4	5	3	37
4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	37
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
6	3	4	5	4	5	4	4	4	4	37
7	3	4	5	5	5	4	4	4	4	38
8	3	4	5	4	5	4	4	3	4	36
9	4	3	5	5	4	3	4	3	3	34
10	4	3	4	4	4	3	4	3	3	32
11	4	4	4	3	4	4	4	4	3	34
12	4	4	4	2	4	4	3	4	3	32
13	4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
14	4	3	3	3	4	3	3	3	3	29
15	4	4	3	3	3	4	3	4	3	31
16	4	4	4	2	3	4	3	4	4	32
17	4	4	4	3	3	4	3	3	4	32
18	4	3	4	2	3	3	3	3	4	29
19	4	3	4	2	3	3	3	3	4	29
20	4	3	2	2	3	3	3	3	4	27
21	2	3	2	4	4	3	3	3	3	27
22	3	3	2	4	4	3	3	3	3	28
23	3	3	3	4	3	3	2	3	2	26
24	3	3	3	3	3	3	2	3	2	25
25	3	3	3	3	3	3	2	3	2	25
26	2	3	4	4	3	3	3	3	2	27
27	2	3	4	4	3	3	3	3	2	27
28	2	3	4	3	3	3	3	3	2	26
29	2	3	4	4	3	3	3	3	3	28
30	2	3	4	4	4	3	3	3	3	29

No.	Kesuksesan Usaha (Y)								
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Total
1	1	3	3	3	3	5	4	3	25
2	5	3	5	2	3	5	5	2	30
3	4	3	3	3	3	5	3	3	27
4	4	3	3	3	3	4	3	3	26
5	3	4	1	2	4	4	3	2	23
6	4	4	3	2	4	4	3	2	26
7	4	4	3	2	4	4	4	2	27
8	5	4	5	4	4	4	4	4	34
9	4	3	3	2	3	4	4	2	25
10	4	3	3	3	3	4	4	3	27
11	4	3	3	3	3	3	4	3	26
12	4	3	3	4	3	3	3	4	27
13	4	3	3	3	3	3	4	5	28
14	5	3	5	3	3	3	4	3	29
15	4	3	4	2	3	4	3	2	25
16	4	2	4	2	2	4	3	2	23
17	3	2	4	2	2	3	3	2	21
18	4	4	4	2	4	3	3	2	26
19	4	4	3	2	4	4	3	2	26
20	5	4	5	3	4	4	4	3	32
21	2	3	3	2	3	4	3	2	22
22	2	3	3	2	3	4	2	2	21
23	3	2	3	2	2	4	2	2	20
24	3	2	3	2	2	4	2	2	20
25	5	2	5	2	2	3	3	2	24
26	2	2	3	1	2	3	2	1	16
27	2	2	3	3	2	3	2	3	20
28	3	2	3	2	2	3	2	2	19
29	2	3	3	4	3	3	2	4	24
30	2	3	3	1	3	2	2	1	17

LAMPIRAN III

HASIL PENGUJIAN VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Uji Valid *Marketplace*

		Correlations								jumlah
		x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	_x1
x11	Pearson Correlation	1	.498**	.642**	.302	.704**	.473**	.950**	.400*	.879**
	Sig. (2-tailed)		.005	.000	.105	.000	.008	.000	.029	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x12	Pearson Correlation	.498**	1	.504**	.182	.278	.902**	.404*	.221	.693**
	Sig. (2-tailed)	.005		.005	.335	.137	.000	.027	.240	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x13	Pearson Correlation	.642**	.504**	1	.381*	.718**	.471**	.621**	.370*	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005		.038	.000	.009	.000	.044	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x14	Pearson Correlation	.302	.182	.381*	1	.186	.281	.251	.062	.472**
	Sig. (2-tailed)	.105	.335	.038		.324	.133	.180	.743	.009
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x15	Pearson Correlation	.704**	.278	.718**	.186	1	.231	.681**	.475**	.754**
	Sig. (2-tailed)	.000	.137	.000	.324		.220	.000	.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x16	Pearson Correlation	.473**	.902**	.471**	.281	.231	1	.372*	.204	.683**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.009	.133	.220		.043	.279	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x17	Pearson Correlation	.950**	.404*	.621**	.251	.681**	.372*	1	.366*	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.027	.000	.180	.000	.043		.047	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x18	Pearson Correlation	.400*	.221	.370*	.062	.475**	.204	.366*	1	.536**

	Sig. (2-tailed)	.029	.240	.044	.743	.008	.279	.047		.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
jumlah_x1	Pearson Correlation	.879 **	.693 **	.837 **	.472 **	.754 **	.683 **	.824 **	.536 **	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.009	.000	.000	.000	.002	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.862	8

Uji Valid Resiko

		Correlations						Jumlah_
		x21	x22	x23	x24	x25	x26	x2
x21	Pearson Correlation	1	.423*	.427*	.313	-.021	.127	.519**
	Sig. (2-tailed)		.020	.019	.093	.913	.502	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30
x22	Pearson Correlation	.423*	1	.476**	.144	.106	.089	.537**
	Sig. (2-tailed)	.020		.008	.449	.577	.640	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30
x23	Pearson Correlation	.427*	.476**	1	.609**	.118	.231	.711**
	Sig. (2-tailed)	.019	.008		.000	.533	.220	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
x24	Pearson Correlation	.313	.144	.609**	1	.620**	.293	.837**
	Sig. (2-tailed)	.093	.449	.000		.000	.116	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
x25	Pearson Correlation	-.021	.106	.118	.620**	1	.372*	.677**
	Sig. (2-tailed)	.913	.577	.533	.000		.043	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
x26	Pearson Correlation	.127	.089	.231	.293	.372*	1	.497**
	Sig. (2-tailed)	.502	.640	.220	.116	.043		.005
	N	30	30	30	30	30	30	30
Jumlah_x 2	Pearson Correlation	.519**	.537**	.711**	.837**	.677**	.497**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.002	.000	.000	.000	.005	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.697	6

Uji Valid Pengetahuan Berwirausaha

Correlations

[illegible]

x37	Pearson Correlation	.338	.599**	.595**	.548**	.783**	.599**	1	.575**	.469**	.876**
	Sig. (2-tailed)	.068	.000	.001	.002	.000	.000		.001	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x38	Pearson Correlation	.430*	.884**	.289	.383*	.574**	.884**	.575**	1	.185	.802**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000	.121	.037	.001	.000	.001		.328	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x39	Pearson Correlation	.473**	.346	.281	-.183	.338	.346	.469**	.185	1	.490**
	Sig. (2-tailed)	.008	.061	.133	.332	.068	.061	.009	.328		.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
jumlah_x3	Pearson Correlation	.474**	.865**	.603**	.543**	.835**	.865**	.876**	.802**	.490**	1
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.006	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.856	9

Uji Valid Keberhasilan Usaha

[illegible]

jumlah _y	Pearson Correlation	.742**	.641**	.488**	.622**	.641**	.389*	.809**	.599**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.006	.000	.000	.034	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.767	8

LAMPIRAN IV

HASIL PENGUJIAN TABULASI KUESIONER RESPONDEN

No.	Marketplace (X1)								Jumlah_X1
	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	
1	4	5	4	3	3	4	4	4	31
2	5	4	4	3	3	4	5	5	33
3	2	4	4	4	4	5	5	5	33
4	3	1	2	4	2	1	1	4	18
5	4	4	4	3	5	3	4	4	31
6	4	4	4	3	3	3	3	4	28
7	4	4	4	3	3	4	4	4	30
8	3	3	3	3	2	3	4	4	25
9	3	4	4	5	4	4	4	4	32
10	3	3	2	3	2	3	2	3	21
11	2	3	3	4	1	4	3	4	24
12	4	5	4	3	4	4	5	5	34
13	3	4	1	3	4	4	5	5	29
14	4	4	4	5	4	4	5	5	35
15	4	5	4	1	5	5	5	5	34
16	5	4	4	3	4	5	4	5	34
17	4	5	4	4	5	4	5	4	35
18	4	5	4	2	4	3	2	4	28
19	4	4	4	2	3	4	4	4	29
20	2	3	2	5	5	2	4	4	27
21	4	4	4	2	5	4	5	5	33
22	4	5	4	3	5	4	5	5	35
23	2	4	4	4	5	4	4	4	31
24	5	4	3	2	4	4	4	4	30
25	3	4	1	4	5	2	4	5	28
26	3	4	4	3	5	4	4	4	31
27	2	4	4	3	4	4	4	4	29
28	1	4	1	2	2	4	5	4	23
29	4	4	4	2	5	4	4	4	31
30	4	5	4	3	3	4	5	5	33
31	4	4	2	2	3	4	4	4	27
32	3	4	3	2	5	4	5	4	30
33	4	4	4	2	5	3	4	4	30
34	4	5	4	4	3	4	4	5	33
35	3	4	4	4	3	4	4	4	30
36	3	4	3	4	3	3	4	4	28
37	3	4	5	4	5	3	5	5	34

38	3	4	3	2	5	4	5	4	30
39	4	4	4	2	3	3	4	4	28
40	4	4	4	3	3	4	3	4	29
41	4	4	4	2	3	4	4	4	29
42	4	4	2	5	4	4	4	4	31
43	3	4	3	2	5	4	5	5	31
44	3	4	4	4	2	4	4	5	30
45	2	4	3	4	3	3	4	5	28
46	2	2	2	3	3	3	4	4	23
47	3	4	3	2	5	3	4	4	28
48	4	5	4	4	5	4	3	5	34
49	4	5	4	5	4	4	4	5	35
50	3	4	3	3	4	4	4	5	30
51	2	4	4	5	4	4	4	4	31
52	4	4	4	3	3	4	4	4	30
53	3	4	1	4	4	4	5	5	30
54	4	5	3	3	2	4	4	4	29
55	2	4	4	2	3	4	5	5	29
56	4	4	4	3	2	4	5	5	31
57	1	4	3	3	4	4	5	5	29
58	3	4	4	5	5	4	4	5	34
59	4	5	4	3	3	3	2	4	28
60	4	4	4	3	3	4	4	4	30
61	2	3	2	4	4	2	4	4	25
62	4	4	4	3	3	3	4	4	29
63	4	5	4	4	4	4	4	5	34
64	3	4	4	3	2	4	4	4	28
65	3	4	3	2	3	3	4	4	26
66	2	3	1	3	2	2	2	1	16
67	4	5	3	3	4	4	4	5	32
68	1	4	4	5	5	1	4	4	28
69	4	4	2	3	3	4	4	4	28
70	4	5	4	3	3	5	4	5	33
71	4	5	4	4	4	4	4	4	33
72	5	4	4	4	2	4	5	5	33
73	2	4	4	3	5	5	5	5	33
74	3	1	2	3	3	1	1	4	18
75	4	4	4	3	3	3	4	4	29
76	4	4	4	3	2	3	3	4	27
77	4	4	4	5	4	4	4	4	33
78	3	3	3	3	2	3	4	4	25
79	3	4	4	4	1	4	4	4	28

80	3	3	2	3	4	3	2	3	23
81	2	3	3	3	4	4	3	4	26
82	4	5	4	5	4	4	5	5	36
83	5	4	4	1	5	4	4	5	32
84	4	5	4	3	4	4	4	5	33
85	4	4	3	4	5	4	4	5	33
86	2	3	3	4	4	3	2	5	26
87	2	3	1	3	2	2	2	1	16
88	4	4	2	2	3	4	4	4	27
89	5	4	4	3	2	5	4	5	32
90	4	4	4	3	4	4	5	5	33
91	2	2	3	5	5	4	4	4	29
92	3	4	3	3	3	4	4	5	29
93	4	4	4	3	2	3	3	4	27
94	4	4	4	5	4	4	4	4	33
95	3	3	3	3	2	3	4	4	25
96	3	4	4	4	1	4	4	4	28
97	3	3	2	3	4	3	2	3	23
98	2	3	3	3	4	4	3	4	26
99	4	5	4	5	4	4	5	5	36
100	5	4	4	1	5	4	4	5	32

No.	Resiko (X2)						Jumlah_X2
	x21	x22	x23	x24	x25	x26	
1	1	2	5	4	3	1	16
2	2	2	3	3	1	3	14
3	2	1	3	2	1	2	11
4	1	1	1	3	2	1	9
5	4	2	3	2	2	3	16
6	1	2	3	2	2	1	11
7	2	1	3	2	1	1	10
8	2	3	3	2	1	2	13
9	1	3	2	2	2	3	13
10	1	3	2	2	1	3	12
11	1	3	2	4	2	3	15
12	2	3	1	2	1	3	12
13	3	2	1	2	1	2	11
14	3	1	2	2	2	3	13
15	3	4	3	2	2	3	17
16	4	4	3	4	2	1	18
17	3	2	3	1	3	1	13
18	3	4	1	2	2	3	15
19	2	2	2	3	1	3	13
20	2	3	2	1	2	4	14
21	1	2	3	2	1	1	10
22	3	1	2	2	2	1	11
23	2	2	2	2	1	3	12
24	3	3	2	3	5	2	18
25	2	2	3	2	3	1	13
26	3	2	1	2	2	3	13
27	2	4	3	2	1	2	14
28	3	2	1	2	3	1	12
29	4	3	3	2	4	2	18
30	3	4	2	2	3	2	16
31	2	2	3	2	1	2	12
32	1	2	3	2	2	3	13
33	2	2	2	4	3	2	15
34	3	3	4	4	2	4	20
35	2	2	2	3	2	3	14
36	2	4	3	5	4	2	20
37	2	2	3	3	2	3	15
38	1	3	2	3	2	3	14
39	4	2	2	1	2	1	12
40	1	3	2	1	1	1	9

41	2	1	1	2	1	3	10
42	3	1	4	3	2	4	17
43	4	3	2	4	5	2	20
44	4	3	3	2	4	3	19
45	2	3	4	2	3	2	16
46	1	2	1	2	2	1	9
47	1	3	2	2	4	4	16
48	5	4	2	2	3	2	18
49	1	4	2	1	2	4	14
50	1	2	1	1	2	1	8
51	3	5	2	2	2	1	15
52	2	2	1	2	4	5	16
53	3	2	1	2	1	2	11
54	3	1	2	1	2	1	10
55	1	2	3	4	4	3	17
56	2	1	1	1	1	1	7
57	3	2	3	1	2	1	12
58	2	2	3	5	2	4	18
59	1	2	5	4	3	1	16
60	2	2	3	3	1	3	14
61	2	1	3	2	1	2	11
62	2	2	1	2	4	5	16
63	3	2	1	2	1	2	11
64	3	1	2	1	2	1	10
65	1	2	3	4	4	3	17
66	2	1	2	1	2	1	9
67	3	2	3	1	2	1	12
68	2	2	3	5	2	4	18
69	1	2	5	4	3	1	16
70	2	2	3	3	1	3	14
71	2	1	3	2	1	2	11
72	1	1	1	3	2	1	9
73	4	2	3	2	2	3	16
74	1	2	3	2	2	1	11
75	2	1	3	2	1	1	10
76	2	3	3	2	1	2	13
77	1	3	2	2	2	3	13
78	1	3	2	2	1	3	12
79	1	3	2	4	2	3	15
80	2	3	1	2	1	3	12
81	3	2	1	2	1	2	11
82	3	1	2	2	2	3	13

83	3	4	3	2	2	3	17
84	4	4	3	4	2	1	18
85	3	2	3	1	3	1	13
86	3	2	1	2	1	2	11
87	3	1	2	1	2	1	10
88	1	2	3	4	4	3	17
89	2	1	1	1	1	1	7
90	3	2	3	1	2	1	12
91	2	2	3	5	2	4	18
92	1	2	5	4	3	1	16
93	2	3	3	2	1	2	13
94	1	3	2	2	2	3	13
95	1	3	2	2	1	3	12
96	1	3	2	4	2	3	15
97	2	3	1	2	1	3	12
98	3	2	1	2	1	2	11
99	3	1	2	2	2	3	13
100	3	4	3	2	2	3	17

No.	Pengetahuan Berwirausaha									Jumlah_X3
	x31	x32	x33	x34	x35	x36	x37	x38	x39	
1	4	3	3	4	2	3	2	3	4	31
2	3	2	2	2	3	2	4	5	4	30
3	2	3	3	2	4	4	3	4	3	32
4	3	3	2	3	2	2	1	2	3	25
5	3	2	4	3	2	2	4	4	3	30
6	3	3	2	3	4	3	2	3	3	29
7	5	4	3	2	2	2	3	2	3	29
8	3	1	2	3	2	3	3	4	3	27
9	4	2	2	4	3	2	2	2	3	29
10	4	3	4	3	5	5	4	3	3	37
11	4	5	3	4	4	5	4	3	3	39
12	5	4	4	5	4	5	3	3	2	38
13	5	4	4	4	5	5	4	5	2	41
14	5	4	4	5	5	5	3	4	2	42
15	5	4	3	4	5	5	5	4	2	38
16	3	4	4	4	5	5	5	4	2	39
17	5	3	4	5	4	3	5	4	2	39
18	4	5	4	4	3	3	3	4	4	36
19	5	5	4	4	5	5	4	4	3	41
20	4	3	5	3	3	2	4	4	1	34
21	2	3	4	5	5	2	3	2	4	32
22	4	3	3	4	3	3	5	4	4	36
23	4	3	4	4	3	5	5	2	2	36
24	4	3	5	3	4	5	5	5	4	40
25	5	4	5	4	5	4	3	3	5	42
26	4	4	4	4	5	4	4	5	4	41
27	3	3	2	3	4	5	4	5	3	35
28	2	3	4	3	4	4	5	3	3	33
29	5	3	3	4	5	5	4	3	3	37
30	4	3	4	3	4	5	4	5	3	38
31	5	3	4	2	3	1	3	2	3	28
32	4	3	2	3	2	2	3	4	3	28
33	2	3	3	3	3	2	3	2	3	26
34	2	3	3	4	3	3	2	2	3	29
35	4	3	3	2	3	2	5	2	2	30
36	4	3	5	3	2	1	5	5	2	34
37	4	4	5	2	2	4	3	2	3	33
38	3	4	4	4	2	3	4	5	3	34
39	1	3	2	3	4	5	4	3	2	29
40	2	3	4	3	2	4	2	3	2	28

41	5	2	2	4	3	5	4	3	2	32
42	2	3	4	3	2	5	3	3	2	32
43	2	3	4	3	2	3	2	3	5	29
44	3	4	3	2	3	2	3	3	2	29
45	4	2	5	4	3	3	3	1	2	31
46	3	2	4	5	4	2	2	2	1	28
47	2	5	3	2	5	2	3	2	5	31
48	3	3	2	3	4	3	2	2	3	29
49	5	3	3	2	3	3	2	3	3	32
50	2	3	2	2	2	3	2	3	2	24
51	3	4	3	4	3	4	3	5	2	36
52	5	4	3	2	4	3	2	3	3	32
53	3	4	3	4	5	4	3	2	3	35
54	2	2	1	1	2	1	3	2	1	18
55	4	2	3	4	5	3	2	3	3	31
56	1	2	2	2	2	3	2	2	4	23
57	3	3	1	3	3	3	4	4	4	31
58	3	4	4	4	3	5	3	2	4	37
59	4	3	3	4	2	3	2	3	4	31
60	3	2	2	2	3	2	4	5	4	30
61	2	3	3	2	4	4	3	4	3	32
62	5	4	3	2	4	3	2	3	3	32
63	3	4	3	4	5	4	3	2	3	35
64	2	2	1	1	2	1	3	2	1	18
65	4	2	3	4	5	3	2	3	3	31
66	1	2	2	2	2	3	2	2	4	23
67	3	3	1	3	3	3	4	4	4	31
68	3	4	2	4	3	2	3	2	4	32
69	4	3	3	4	2	3	2	3	4	31
70	3	2	2	2	3	2	4	5	4	30
71	2	3	3	2	4	4	3	4	3	32
72	3	3	2	3	2	2	1	2	3	25
73	3	2	4	3	2	2	4	4	3	30
74	3	3	2	3	4	3	2	3	3	29
75	5	4	3	2	2	2	3	2	3	29
76	3	1	2	3	2	3	3	1	3	24
77	4	2	2	4	3	2	2	2	3	29
78	3	4	3	2	3	1	2	2	3	26
79	3	4	3	2	4	3	2	2	3	30
80	5	3	3	3	4	3	2	5	2	33
81	1	2	3	2	2	3	2	3	2	23
82	3	4	3	3	2	3	2	4	2	31

83	4	3	3	4	3	5	4	4	2	33
84	2	3	4	3	5	3	2	4	2	31
85	2	3	5	3	2	3	4	3	2	31
86	3	4	3	4	5	4	3	2	3	35
87	2	2	1	1	2	1	3	2	1	18
88	4	2	3	4	5	3	2	3	3	31
89	1	2	2	2	2	3	2	2	4	23
90	3	3	1	3	3	3	4	4	4	31
91	3	4	4	4	3	5	3	2	4	37
92	4	3	3	4	2	3	2	3	4	31
93	3	1	2	3	2	3	3	1	3	24
94	4	2	2	4	3	2	2	2	3	29
95	3	4	3	2	3	1	2	2	3	26
96	3	4	3	2	4	3	2	2	3	30
97	5	3	3	3	4	3	2	5	2	33
98	1	2	3	2	2	3	2	3	2	23
99	3	4	3	3	2	3	2	4	2	31
100	4	3	3	4	3	5	4	4	2	33

No.	Keberhasilan Usaha								Jumlah_y
	y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	
1	5	4	3	3	3	4	2	5	29
2	5	4	4	3	4	5	5	4	34
3	5	3	5	4	2	4	3	4	30
4	1	2	1	2	3	2	2	1	14
5	2	3	3	5	4	3	4	3	27
6	4	3	4	3	3	5	2	2	26
7	4	4	3	3	4	4	5	4	31
8	2	3	5	2	4	2	2	4	24
9	4	3	2	4	5	2	3	4	27
10	2	4	3	2	3	2	1	2	19
11	3	4	3	1	3	3	3	2	22
12	4	5	5	4	5	4	3	4	34
13	2	3	2	4	2	5	4	4	26
14	5	3	4	4	3	5	5	4	33
15	4	5	4	5	5	4	5	4	36
16	5	5	4	4	4	3	5	5	35
17	5	4	3	5	3	2	5	5	32
18	4	2	4	4	3	5	5	4	31
19	2	3	5	3	4	2	1	2	22
20	2	3	4	5	4	5	3	5	31
21	3	4	4	5	4	5	3	5	33
22	4	2	3	5	4	3	3	4	28
23	3	4	4	5	3	5	2	5	31
24	3	2	2	4	5	2	3	4	25
25	3	3	5	5	3	4	2	3	28
26	3	3	4	5	3	4	3	3	28
27	2	3	4	4	2	2	4	2	23
28	5	4	3	2	3	4	3	5	29
29	4	3	4	5	3	4	3	5	31
30	3	4	3	3	2	3	4	5	27
31	4	4	3	3	3	4	4	5	30
32	3	2	4	5	4	5	2	5	30
33	4	3	4	5	2	3	5	4	30
34	2	3	3	3	4	4	5	5	29
35	3	2	2	3	4	4	3	4	25
36	4	5	4	3	3	2	2	5	28
37	1	2	3	5	3	4	3	5	26
38	5	2	4	5	3	3	1	3	26
39	2	3	4	3	2	5	4	5	28
40	4	4	3	3	3	2	3	5	27

41	1	2	4	3	4	4	3	4	25
42	3	2	2	4	5	3	4	4	27
43	4	4	5	5	3	2	2	2	27
44	4	4	5	2	1	2	3	3	24
45	2	3	2	3	3	4	2	3	22
46	3	4	5	3	3	2	1	3	24
47	5	4	3	5	5	4	4	3	33
48	4	3	4	5	2	3	3	5	29
49	3	5	3	4	3	5	4	4	31
50	4	5	5	4	3	2	1	3	27
51	5	4	4	4	5	5	5	4	36
52	4	5	3	3	4	4	3	4	30
53	4	2	3	4	3	4	4	3	27
54	1	2	2	2	1	2	3	1	14
55	3	5	3	3	5	4	3	4	30
56	4	4	4	2	3	2	3	2	24
57	2	5	3	4	5	2	4	2	27
58	3	4	5	5	4	5	4	3	33
59	5	4	3	3	3	4	2	5	29
60	5	4	4	3	4	5	5	4	34
61	5	3	5	4	2	4	3	4	30
62	4	5	3	3	4	4	3	4	30
63	4	2	3	4	3	4	4	3	27
64	1	2	2	2	1	2	3	1	14
65	3	5	3	3	5	4	3	4	30
66	4	4	4	2	3	2	3	2	24
67	2	5	3	4	5	2	4	2	27
68	3	4	5	5	4	5	4	3	33
69	5	4	3	3	3	4	2	5	29
70	5	4	4	3	4	5	5	4	34
71	5	3	5	4	2	4	3	4	30
72	1	2	1	2	3	2	2	1	14
73	2	3	3	5	4	3	4	3	27
74	4	3	4	3	3	5	2	2	26
75	4	4	3	3	4	4	5	4	31
76	2	3	5	2	4	2	2	4	24
77	4	3	2	4	5	2	3	4	27
78	2	4	3	2	3	2	1	2	19
79	3	4	3	1	3	3	3	2	22
80	4	5	5	4	5	4	3	4	34
81	2	3	2	4	2	5	4	4	26
82	5	3	4	4	3	5	5	4	33

83	4	5	4	5	5	4	5	4	36
84	5	5	4	4	4	3	5	5	35
85	5	4	3	5	3	2	5	5	32
86	4	2	3	4	3	4	4	3	27
87	1	2	2	2	1	2	3	1	14
88	3	5	3	3	5	4	3	4	30
89	4	4	4	2	3	2	3	2	24
90	2	5	3	4	5	2	4	2	27
91	3	4	5	5	4	5	4	3	33
92	5	4	3	3	3	4	2	5	29
93	2	3	5	2	4	2	2	4	24
94	4	3	2	4	5	2	3	4	27
95	2	4	3	2	3	2	1	2	19
96	3	4	3	1	3	3	3	2	22
97	4	5	5	4	5	4	3	4	34
98	2	3	2	4	2	5	4	4	26
99	5	3	4	4	3	5	5	4	33
100	4	5	4	5	5	4	5	4	36

LAMPIRAN IV

HASIL PENGUJIAN ANALISIS REGRESI LI NEAR BERGANDA

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.605 ^a	.367	.347	4.09197

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan_Berwirausaha, Marketplace, Resiko

b. Dependent Variable: Keberhasilan_Usaha

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	930.262	3	310.087	18.519	.000 ^b
	Residual	1607.448	96	16.744		
	Total	2537.710	99			

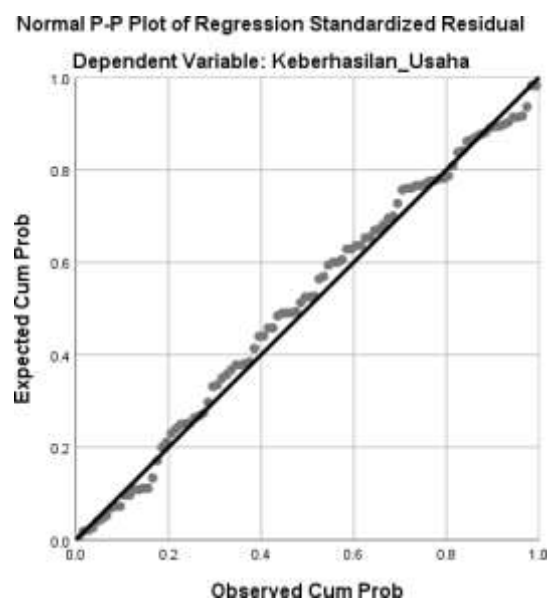
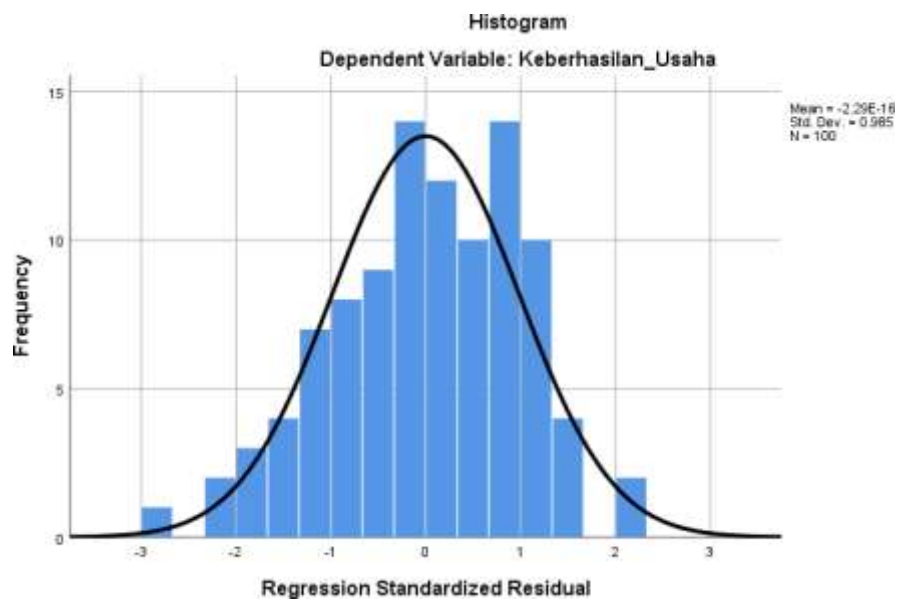
a. Dependent Variable: Keberhasilan_Usaha

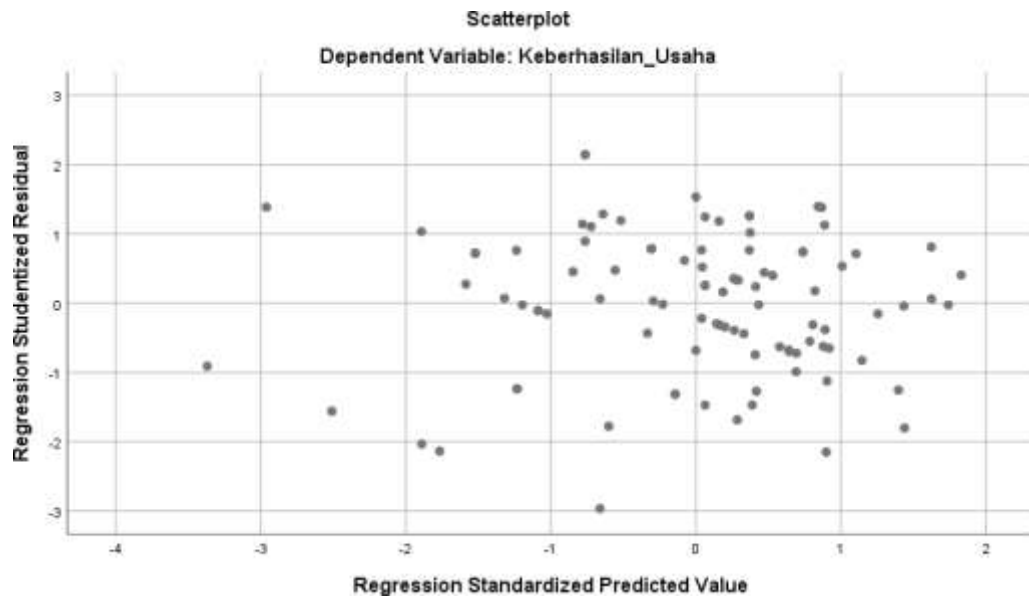
b. Predictors: (Constant), Pengetahuan_Berwirausaha, Marketplace, Resiko

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.565	3.463		.741	.461		
	Marketplace	.378	.107	.306	3.518	.001	.872	1.147
	Resiko	.318	.149	.190	2.132	.036	.835	1.198
	Pengetahuan_Berwirausaha	.314	.090	.315	3.481	.001	.807	1.240

a. Dependent Variable: Keberhasilan_Usaha





One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.02949685
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.052
	Negative	-.060
Test Statistic		.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI **EKA PRASETYA**

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212
Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391
Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Nomor : 5812/R/STIE-EP/X/2022

Medan, 25 Oktober 2022

Judul : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan Era Jaya Medan

Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Kelvin Aprilio
NIM	: 191010031
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: pengaruh Penggunaan Market Place, Keberanian Mengambil Risiko, dan Pengetahuan Berwirausaha Terhadap Pertumbuhan Usaha PD Era Jaya Medan

Untuk mengadakan peninjauan ke Era Jaya Medan yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikasikan umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Dengan kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,

Kepa STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si

SURAT KETERANGAN

Medan, 13 Februari 2022

Perihal : Surat Balasan Izin Riset

Kepada Yth,
Bapak/Tuanku Tunggul Eka Prasetya
Medan,-

Berikut saya,
hubungan dengan adanya pembuatan tugas akhir/skripsi, maka bersama dengan surat
keterangan ini kami menerangkan bahwa mahasiswa yang bersangkutan dibawah ini:

Nama	: Kelvin Aprilio
NIM	: 191010031
Program Studi	: Manajemen
Judul Skripsi	: Pengaruh Penggunaan Market Place, Keberanian Mengambil Risiko, dan Pengetahuan Berwirausaha terhadap Keberhasilan Usaha pada Era Jaya Medan.

Mahasiswa yang bersangkutan diatas adalah benar telah melakukan penelitian perusahaan kami
yang berhubungan dengan judul skripsi yang telah disebutkan diatas.

Demikian surat ini kami perbuat semoga bermanfaat dalam penyelesaian tugas akhir yang
Anda. Atas perhatian dan kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

Dibuat Oleh,


Jennifer Tunnessa
Manager



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

2



Nama Mahasiswa : KELVIN APRILIO

NIM : K000031

Kelas : Keperawatan A

Konsentrasi : Keperawatan, Elemenasi (sarah yang tidak sesuai)

HP/WA : 089612059

Email: kelvinaprilio44@gmail.com

Alamat Tinggal: Jl. Stadion Dalam no 37

Nama Dosen Pembimbing 1:

Hanny Dorthy Elhany Singsa S.T., M.M

Nama Dosen Pembimbing 2:

Irvan Rhyah Siringoring S.T., M.Si

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	17 Jan 2023	Bimbingan Via zoom	
2	25 Jan 2023	protesis masih kerontokan	
3	4 Feb 2023	Revisi bab 2	
4	10 Feb 2023	Perbaikan prothesis yg rusak	
5	16 Feb 2023	Bimbingan tatap muka untuk persiapan skripsi	
6	22 Feb 2023	Perbaikan data dan Perbaikan / Revisi metode	
7	10/3 2023	Acc Skripsi dan Proposal	
8		Bimbingan	
9	4/5 2023	Bab 9 revisi dan bereskan	
10	4/5 2023	Perbaikan UH validasi	
11	5/5 2023	Revisi bab 4 dan 5	
12	8 Mei 2023	Acc bab 4 dan 5, lanjut ke Bimbingan	
13			
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1			
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua I Bidang Akademik

Hanny Dorthy Elhany Singsa, S.T., M.M

1 kartu untuk 1 pembimbing



STIE EKA PRASETYA

VOUCHER SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Kelvin Aprilio
NIM : 191010031
Tanggal : 2 Feb 2023



Usa. Ellanti Nst
Akademik

SI ILMU EKONOMI

PRASETYA

TA SEMINAR PROPOSAL

Kelvin Aprilio
191010031
Keirraushaan A. (managemen)

NO	TANGGAL	JUDUL PROPOSAL	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	3 Feb 2023	JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Sistem pengendalian internal dan koersivitas kompensasi terhadap kewajaran akuntansi pada PT Surya Mas Putra	193010039	
2	3 Feb 2023	JUDUL PROPOSAL: Pengaruh kualitas pelayanan dan sistem administrasi perpajakan modern terhadap motivasi membayar pajak pada EPP Pratama Medan Belawan	193010004	
3	3 Feb 2023	JUDUL PROPOSAL: Pengaruh kontribusi pajak restoran dan efektifitas pajak restoran terhadap penerimaan pendapatan asli daerah di kota medan	193010042	
4	2 Feb 2023	JUDUL PROPOSAL: Pengaruh sistem Pengapakan dan tarif Pajak pada Penerimaan Pajak pada EPP Pratama Medan timur	193010005	
5	2 Feb 2023	JUDUL PROPOSAL: Pengaruh jumlah Pengusaha kena Pajak dan Pelaporan SPT masi PPN terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan nilai Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama	193010014	
		JUDUL PROPOSAL:		
		JUDUL PROPOSAL:		
		JUDUL PROPOSAL:		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/ menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, 20.....
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Kelvin Aprilio
Tempat / Tanggal Lahir : Medan, 04 April 2001
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Jl. Pasundan Gg.Keplor No.57, Medan
Alamat Email : kelvinaprilio44@gmail.com
Agama : Buddha
Status : Belum Kawin
Handphone (HP) : 0838-7168-1003

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2008 s/d Tahun 2014 : SD Cinta Budaya National Plus Medan
2. Tahun 2014 s/d Tahun 2016 : SMP Cinta Budaya National Plus Medan
3. Tahun 2016 s/d Tahun 2019 : SMA Sutomo 1 Medan

RIWAYAT PEKERJAAN

Juli 2020 s/d Sekarang : PD. Era Jaya Medan

DATA ORANGTUA

Nama Ayah : Hendy Susanto
Pekerjaan : Wirausaha
Handphone (HP) : 0811615259
Alamat : Jl. Pasundan gg.Keplor No.57, Medan

Nama Ibu : Lina Tjenggo
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Handphone (HP) : 08116178780
Alamat : Jl. Pasundan gg.Keplor No.57, Medan

Demikianlah daftar riwayat hidup saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 5 juni 2023
Penulis

Kelvin Aprilio
101910031