



**PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA DAN KAPABILITAS INOVATIF
TERHADAP KEBERHASILAN PEMASARAN USAHA MIKRO, SENTRAL
KERAJINAN INDUSTRI KAIN TENUN PRINGGASELA**

Sifak Qori Annisa¹, Baiq Handayani Rinuastuti², Akhmad Sauffi³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Mataram

E-mail: sifaqoriannisa@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui pengaruh karakteristik wirausaha terhadap Keberhasilan Pemasaran Usaha Mikro, Sentral Kerajinan Industri Kain Tenun Pringgasela (2) Untuk mengetahui pengaruh kapabilitas inovatif terhadap Keberhasilan Pemasaran Usaha Mikro, Sentral Kerajinan Industri Kain Tenun Pringgasela. Metode penelitian ini menggunakan metode asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Pengusaha UMKM kain tenun di kecamatan pringgasela berjumlah 60 pengusaha. Variable terikat dalam penelitian ini adalah Keberhasilan Pemasaran Usaha Mikro, Sentral Kerajinan Industri Kain Tenun Pringgasela sedangkan variable bebas dalam penelitian ini adalah karakteristik wirausaha dan kapalitas inovatif. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu sensus. Alat analisis data dalam penelitian ini menggunakan software SPSS versi 24. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah (1) Variabel karakteristik wirausaha mempunyai pengaruh yang positif tapi tidak signifikan terhadap keberhasilan pemasaran usaha mikro, sentral kerajinan industri kain tenun Pringgasela (2) Variabel karakteristik kapabilitas inovatif mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan pemasaran usaha mikro, sentral kerajinan industri kain tenun Pringgasela.

Kata Kunci : Karakteristik Wirausaha, Kapabilitas Inovatif, Pemasaran Usaha Mikro, Industri Kain Tenun.

ABSTRACT

The aims of this study were (1) to determine the effect of entrepreneurial characteristics on the marketing success of micro-enterprises, Pringgasela woven cloth industrial craft center (2) to determine the effect of inovatif capability on the marketing success of micro-enterprises, Pringgasela woven cloth industrial craft center. This research method used an associative method using a quantitative approach. The population in this study were 60 entrepreneurs in the woven fabric entrepreneurs in Pringgasela. The dependent variable in this study was the Marketing Success of Micro Enterprises, Pringgasela Woven Fabric Industrial Craft Center, while the independent variables in this study were entrepreneurial characteristics and innovative capacity. The data collection method used was census. The data analysis tool in this study used SPSS software version 24. The conclusions in this study were (1) Variable entrepreneurial characteristics have a positive but not significant influence on the success of marketing micro-enterprises, the center of the Pringgasela woven fabric craft industry (2) Variable characteristics of innovative capabilities have a positive and significant influence on the success of micro-enterprise marketing, the center of the Pringgasela woven fabric craft industry.

Keywords: *Entrepreneurial Characteristics, Inovatif Capability, Micro-Enterprise Marketing, Woven Fabric Craft Industry.*



PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) menjadi salah satu Provinsi yang ikut berkontribusi dalam hal peningkatan jumlah UMKM di Indonesia, dengan total jumlah UMKM dan usaha besar pada tahun 2018 yaitu 648.987 unit termasuk usaha besar didalamnya. Dari total jumlah UMKM di NTB, usaha mikro berkontribusi paling banyak yaitu 582.647 unit, selanjutnya usaha kecil sebanyak 62.952 unit, dan usaha menengah sebanyak 2.974 unit, selanjutnya usaha besar hanya berkontribusi sebanyak 414 unit (Dinas Koperasi dan UMKM, 2018).

Menjadi seorang wirausahanaw memerlukan kerja keras, keuletan, kreatif dan inovatif serta keberanian untuk mengambil risiko. Untuk memulai dan menjalankan usaha dengan baik pada dasarnya seorang wirausaha harus memiliki bekal pengetahuan tentang kewirausahaan. Selain itu wirausahanaw harus memiliki jiwa/karakteristik wirausaha karena hal itu menjadi salah satu pendorong untuk mencapai keberhasilan usahanya.

Kapabilitas inovatif adalah kemampuan dalam mengembangkan produk atau jasa sesuai dengan permintaan pasar. Pengembangan produk ini akan menarik konsumen karena produk yang diinovasi menjadi lebih baik dibandingkan dengan produk lainnya sehingga pemasaran menjadi berhasil akibat produk yang lebih baik dan menarik (Rajapathirana & Hui, 2017).

Keberhasilan pemasaran merupakan keberhasilan suatu usaha dalam memuaskan konsumen, menciptakan pelanggan yang loyal melalui penjualan yang tinggi serta peningkatan keuntungan. Keberhasilan pemasaran dipengaruhi oleh karakteristik wirausaha. Oleh karena itu, dalam menjalin hubungan bisnis dengan seseorang diharuskan mengetahui karakteristiknya. Karakteristik wirausaha akan menentukan keberhasilan dalam menjalankan dan mengembangkan usaha ahanya untuk mencapai tujuan yang diharapkan (Sembiring, 2017).

Kabupaten Lombok Timur merupakan salah satu Kabupaten di Nusa Tenggara Barat (NTB) yang menghasilkan kain tenun yang terkenal di masyarakat lokal maupun masyarakat luar tepatnya di Desa Pringgasela dimana didesa tersebut banyak memiliki industri-industri kecil, salah satunya pembuatan songket di rumah-rumah maupun Artshop-Artshop yang menyediakan berbagai hasil/jenis karya tenun songket yang sudah menjadi sentral

kerajinan tenun songket dan menjadi ciri khas daerah NTB khususnya daerah Lombok Timur.

Salah satu desa di Pringgasela yang mulai menggeluti usaha mikro kecil menengah adalah desa Pringgasela. Dimana, desa Pringgasela ini merupakan desa yang memiliki penduduk sekitar 8968 jiwa yang memiliki persebaran setiap jenjang usia yang beragam, dan mata pencarian penduduk desa Pringgasela cukup beragam namun pekerjaan penduduk disana didominasi oleh petani disamping itu juga penduduk desa Pringgasela mempunyai pekerjaan sebagai pedagang yaitu pengrajin kain tenun khas desa Pringgasela yang sekarang ini usaha mikro kain tenun khas Pringgasela sudah dikenal banyak masyarakat baik itu masyarakat lokal maupun masyarakat luar.

Kerajinan kain tenun yang ada di Desa Pringgasela memiliki berbagai keunggulan dan spesifikasi produk yang mampu bertahan dalam krisis ekonomi, namun dalam kegiatan produksi dan pemasarannya tidak terlepas dari permasalahan dan kendala-kendala yang ada, lebih-lebih apabila dikaitkan dengan upaya-upaya yang dilakukan dalam rangka peningkatan penjualan. Terdapat permasalahan dan kendala yang dihadapi baik yang berkaitan dengan aspek produksi maupun aspek pemasaran produk-produk.

Berdasarkan jumlah produksi dan omzet yang dihasilkan sebelum dan sesudah pandemic terlihat ada penurunan yang cukup signifikan. Agar meningkatkan penjualan terutama di masa pandemi maka perlu dilakukan perubahan inovasi, baik dalam produk, proses produksi, cara promosi, maupun pemasaran kain tenun. Pengusaha kain tenun dituntut untuk memiliki kapabilitas inovasi, sehingga bisa menjaga keberlangsungan usahanya. Inovasi yang dilakukan.

Berbagai hal telah dilakukan oleh para pengusaha tenun di desa Pringgasela antara lain memasarkan kain tenun melalui media social, market place dan juga bekerja sama dengan pusat oleh-oleh yang ada di sana. Sebagai desa sentral industri kain tenun yang merupakan mata pencarian sebagian besar penduduk dan menjadi warisan keahlian turun temurun, menjadikan usaha ini memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan, walaupun terdapat kendala dalam pengembangannya. Oleh karena itu perlu menganalisis lebih lanjut keterkaitan karakteristik dan kapabilitas inovasi yang dimiliki pengusaha dengan kinerja pemasaran usaha mikro di desa pringgasela.



B. Perumusan Masalah

Pengembangan Sentral kerajinan industri kain tenun Pringgasela mengalami penurunan dalam upaya meningkatkan penjualan. Penurunan yang signifikan ini sangat berdampak terhadap kondisi ekonomi masyarakat didesa pringgasela akan tetapi para pengusaha tenun tidak kehabisan akal untuk menanggulangi dampak penjualan dari pandemi covid-19 salah satu yang sering dilakukan ialah mengandalkan dan memaksimalkan pasar lokal,

Berbagai hal telah dilakukan oleh para pengusaha tenun di desa Pringgasela antara lain memasarkan kain tenun melalui media social, market place dan juga bekerja sama dengan pusat oleh-oleh yang ada di sana. Sebagai desa sentral industri kain tenun yang merupakan mata pencarian sebagian besar penduduk dan menjadi warisan keahlian turun temurun, menjadikan usaha ini memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan, walaupun terdapat kendala dalam pengembangannya.

KAJIAN PUSTAKA

A. Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha menurut Menurut Ranto keberhasilan berwirausaha tidaklah identik dengan seberapa berhasil seseorang mengumpulkan uang atau harta serta menjadi kaya, karena kekayaan bisa diperoleh dengan berbagai cara sehingga menghasilkan nilai tambah (Ranto, 2007).

Menurut Fauzi (2020:23-24) Keberhasilan seseorang wirausaha ditentukan oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Kemampuan dan kemauan
2. Kemauan keras dan tekad yang kuat
3. Memiliki modal yang cukup
4. Tahu persis akan target pasar
5. Pelayanan yang baik
6. Networking yang luas
7. Inovasi dan kreativitas yang tinggi

Menurut Rini dan Lurette (2016) serta beberapa referensi, indikator dalam keberhasilan usaha antara lain yaitu :

1. Peningkatan Usaha :

Proses perbuatan, cara meningkatkan usaha, dan sebagainya menjadi lebih baik, seperti: Peningkatan volume penjualan tiap bulan, meningkatnya omset penjualan tiap bulan dan meningkatnya modal usaha.

2. Perluasan Usaha :

Aktivitas memperbesar atau memperluas usaha yang ditandai dengan

meningkatnya daerah pemasaran usaha baru, perluasan fasilitas, meningkatnya jumlah pegawai, dan meningkatnya jumlah pelanggan.

B. Karakteristik Wirausaha

Karakteristik wirausaha adalah sikap atau perilaku seseorang yang berkaitan dengan kemampuan yang dimiliki seperti kemampuan finansial, tenaga kerja, dan berani manananggung risiko untuk menemukan peluang usaha sehingga terciptanya usaha baru menurut Apriliani dan Widiyanto, (2018) (dalam Fauzi, 2020:25).

Menurut Meredith dalam Suryana mengemukakan karakteristik dan watak kewirausahaan yaitu (Suryana, 2011).

1. *Commitment and determination*, yaitu memiliki komitmen dan tekad yang bulat untuk mencurahkan semua perhatian terhadap usaha. Sikap yang setengah hati mengakibatkan besarnya kemungkinan untuk gagal dalam berwirausaha.
2. *Tolerance for risk, ambiguity, and uncertainty*, yaitu tahan terhadap resiko dan ketidak pastian. Wirausaha harus belajar mengelola resiko dengan cara mentranspernya ke pihak lain seperti bank, investor, konsumen, pemasok, dan lain-lain. Wirausaha yang berhasil biasanya memiliki toleransi tehadap pandangan yang berbeda dan ketidak pastian.
3. *Self confidence*, yaitu percaya diri. Wirausaha cenderung optimis dan memiliki keyakinan yang kuat terhadap kemampuan yang dimilikinya untuk berhasil.
4. *Creativity and flexibility*, yaitu berdaya cipta yang luwas. Salah satu kunci penting adalah kemampuan untuk menghadapi perubahan permintaan.
5. *Leadership ability*, yaitu kemampuan dalam kepemimpinan. Wirausaha yang berhasil memiliki kemampuan untuk menggunakan pengaruh tanpa kekuatan serta harus memiliki taktik mediator dan negoitiator dari pada dictator.

Menurut Rusdiana 2014 (Andriansyah 2020:6-7). Indikator karakteristik wirausaha terdiri dari :

1. Berorientasi pada tugas dan hasil
2. Kepemimpinan
3. Kompetensi
4. Berani mengambil resiko



C. Kapabilitas Inovatif

Kapabilitas pemasaran inovatif didefinisikan sebagai kemampuan untuk menghasilkan pembaharuan produk, layanan, dan serangkaian kegiatan pemasaran demi kelangsungan hidup bisnis (Butcher et al., 2015). Menurut (Tatik, 2009) Indikator kapabilitas inovatif yaitu Inovasi teknologi, Produk, Pasar, dan Pelayanan. Kemampuan ini mengimplementasikan konsep atau strategi pemasaran baru yang berbeda dari metode pemasaran yang sebelumnya yang digunakan oleh perusahaan, termasuk perubahan dalam desain atau dalam kemasan produk, layanan, promosi dan harga suatu produk yang dimaksudkan untuk meningkatkan kinerja pemasaran (Sousa,2012).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. metode pengumpulan data yang digunakan yaitu sensus. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah karakteristik wirausaha (X1), kapabilitas inovatif (X2). Variabel dependen yang digunakan adalah keberhasilan pemasaran (Y). Data dianalisis dengan uji regresi linier menggunakan SPSS 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi penelitian

Pringgasela berasal dari kata “PRINGGA” dan “SELA“ PRINGGA“ artinya Prajurit dan “SELA“ artinya Batu Jadi PRINGGASELA artinya PRAJURIT BATU.

Tenun Pringgasela adalah kerajinan tenun tradisional Indonesia yang berasal dari Nusa Tenggara Barat dan telah ditetapkan oleh Direktorat Warisan dan Diplomasi Budaya sebagai Warisan Budaya Takhbenda Indonesia pada tahun 2018 dengan domain budaya Kemahiran dan Kerajinan Tradisional. Kegiatan menenun mayoritas dilakukan oleh perempuan sebagai mata pencarian. Adapun kain tenun Pringgasela digunakan dalam kegiatan sosial maupun keagamaan. Selain itu, tenun Pringgasela juga memiliki potensi di bidang pariwisata dengan dijual sebagai oleh-oleh.

B. Karakteristik pengusaha tenun

Karakteristik pengusaha tenun digunakan untuk mengetahui keragaman dari pengusaha tenun berdasarkan jenis kelamin, umur, lama

berwirausaha, rata-rata pendapatan. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai karakteristik dari pengusaha tenun dan kaitannya dengan masalah tujuan penelitian. Pada penelitian ini jumlah sampel yang digunakan adalah Pengusaha UMKM kain tenun di kecamatan pringgasela berjumlah 60 pengusaha.

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil distribusi frekuensi pengusaha tenun menurut jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 1. Identitas Pengusaha tenun Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
1	Laki-Laki	6	10%
2	Perempuan	54	90%
Jumlah		60	100%

Sumber: Data Primer, diolah 2022

Berdasarkan Tabel 1 di atas diperoleh data bahwa dari 60 pengusaha tenun sebagian besar pengusaha tenun adalah laki-laki yaitu sebanyak 6 orang atau sebesar 10 % dan perempuan berjumlah 54 orang atau sebesar 90%. Hal ini disebabkan karena pekerjaan menenun lebih banyak dikerjakan oleh kaum perempuan.

2. Karakteristik Berdasarkan Usia

Hasil distribusi frekuensi pengusaha tenun menurut usia dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 2. Identitas Pengusaha Tenun Berdasarkan Usia

No.	Usia (Orang)	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1	18-25	29	48,3%
2	26-30	3	5%
3	31-35	4	6,7%
4	>35	24	40%
Total		60	100

Sumber: Data Primer, diolah 2022

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa jumlah pengusaha tenun yang berusia antara usia 18-35 tahun lebih banyak dibandingkan yang berumur diatas 35 tahun. Hal ini disebabkan karena rentang usia tersebut merupakan rentang usia produktif sehingga



tenaga kerja pada usia ini punya kelebihan baik dari segi stamina, fisik maupun kreativitas yang dimilikinya.

3. Karakteristik Pengusaha tenun Berdasarkan Lama Berwirausaha

Dari hasil penyebaran kuesioner, peneliti memperoleh data pengusaha tenun berdasarkan lama berwirausaha sebagai berikut:

Tabel 3. Identitas Berdasarkan Lama Berwirausaha

No.	Lama Berwirausaha	Frekuensi (Orang)	Presentas e (%)
1	<1 Tahun	21	35,6%
2	1-2 Tahun	20	33,9%
3	3-4 Tahun	10	16,9%
4	4-5 Tahun	9	13,6%
	Total	60	100

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Hasil kuesioner tersebut terlihat bahwa pengusaha tenun yang memiliki lama usaha kurang dari setahun lebih dominan karena mereka baru saja memulai usaha menenun ini. Hal ini dapat dilihat dari umur responden yang kebanyakan masih sangat muda.

4. Karakteristik Pengusaha Tenun Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan

Dari hasil penyebaran kuesioner, peneliti memperoleh data pengusaha tenun berdasarkan rata-rata pendapatan sebagai berikut:

Tabel 4. Identitas Pengusaha Tenun Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan

No.	Pendapatan	Jumlah	Presentase
1	1-3 Juta	32	53,3%
2	4-6 Juta	19	31,7%
3	7-9 Juta	8	13,3%
4	>10 Juta	1	1,7%
	Total	60	100%

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan Tabel 4 pendapatan pengusaha tenun yang paling banyak adalah pendapatan 1-3 juta yaitu sebanyak 32 orang dengan persentase sebesar 53,3% hal ini dapat disebabkan karena usaha tenun yang saat ini sedang digeluti oleh Sebagian besar responden adalah kurang dari satu tahun.

C. Deskripsi Data Hasil Penelitian

Data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa data karakteristik wirausaha, kapabilitas inovatif, dan keberhasilan pemasaran. Data tersebut diperoleh dari kuisioner kepada pengusaha UMKM kain tenun di Kecamatan Pringgasela. Adapun data yang telah dikumpulkan antara lain:

1. Data Hasil Penelitian Kuisioner untuk Variabel Karakteristik Wirausaha

Tabel 5. Hasil Kuisioner Variabel Karakteristik wirausaha

No	Variabel Karakteristik wirausaha	N	S	SS	Jumlah	Rata-rata	Ket.
1	Pernyataan 1	1	23	36	287	4,78	Sangat Baik
2	Pernyataan 2	4	23	33	269	4,48	Sangat Baik
3	Pernyataan 3	25	35	276	4,60	Sangat Baik	
4	Pernyataan 4	25	35	275	4,58	Sangat Baik	
5	Pernyataan 5	18	42	282	4,70	Sangat Baik	
6	Pernyataan 6	4	23	33	269	4,48	Sangat Baik
7	Pernyataan 7	25	35	276	4,60	Sangat Baik	
8	Pernyataan 8	32	28	268	4,47	Sangat Baik	
9	Pernyataan 9	4	30	26	262	4,37	Sangat Baik
10	Pernyataan 10	25	35	275	4,58	Sangat Baik	
11	Pernyataan 11	1	29	30	269	4,48	Sangat Baik
12	Pernyataan 12	1	24	35	274	4,57	Sangat Baik

Sumber: data diolah, 2022

Tabel 5 memperlihatkan data hasil kuisioner variabel karakteristik wirausaha Pengusaha UMKM kain tenun di Kecamatan Pringgasela. Total data yang diperoleh dari hasil penelitian ini sebanyak 60 responden dan 12 pernyataan untuk variable karakteristik wirausaha. Pada variable karakteristik wirausaha, rata-rata pengusaha tenun sangat setuju bahwa karakteristik wirausahaberkaitan dengan kemampuan yang dimiliki seperti kemampuan finansial, tenaga kerja, dan berani menananggung risiko untuk menemukan peluang usaha sehingga terciptanya usaha baru. Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa seluruh indicator yang terdapat pada variable karakteristik wirausaha yaitu berorientasi pada tugas dan hasil, kepemimpinan, kompetensi dan keberanian dalam mengambil resiko termasuk dalam katagori sangat baik.



2. Data Hasil Penelitian Kuisioner untuk Variabel Kapabilitas Inovatif

Tabel 6. Hasil Kuisioner Variabel Kapabilitas inovatif

No	Variabel Kapabilitas inovatif	N	S	SS	Jumlah	Rata-rata	Ket.
1	Pernyataan 1	4	23	33	269	4,48	Sangat Baik
2	Pernyataan 2		25	35	275	4,58	Sangat Baik
3	Pernyataan 3		25	35	275	4,58	Sangat Baik
4	Pernyataan 4		18	42	282	4,70	Sangat Baik
5	Pernyataan 5	4	23	33	269	4,48	Sangat Baik
6	Pernyataan 6		25	35	275	4,58	Sangat Baik
7	Pernyataan 7		32	28	268	4,47	Sangat Baik
8	Pernyataan 8	4	31	25	261	4,35	Sangat Baik
9	Pernyataan 9	1	29	30	269	4,48	Sangat Baik
10	Pernyataan 10		25	35	275	4,58	Sangat Baik
11	Pernyataan 11	1	29	30	269	4,48	Sangat Baik
12	Pernyataan 12	12	36	10	234	3,90	Sangat Baik

Sumber: data diolah, 2022

Tabel 6 memperlihatkan data hasil kuisioner variabel kapabilitas inovatif Pengusaha UMKM kain tenun di Kecamatan Pringgasela. Data diperoleh dari pengusaha tenun sebanyak 60 orang dan 12 pernyataan. Pada variable kapabilitas inovatif, rata-rata pengusaha tenun bersikap sangat setuju bahwa pengusaha pengrajin kain tenun memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi perubahan lingkungan pemasaran, merespon identifikasi tersebut, dan kemudian mendayaguna pengetahuan pasar tersebut dengan tujuan berhasil mengatasi perubahan di lingkungan pemasaran. Berdasarkan hasil diatas diketahui bahwa seluruh indicator pada variable kapabilitas inovatif yaitu teknologi inovasi, produk, pasar, termasuk dalam kategori sangat baik.

3. Data Hasil Penelitian Kuisioner untuk Variabel Keberhasilan Pemasaran

Tabel 7. Hasil Kuisioner Variabel Keberhasilan Pemasaran

No	Variabel Lokasi	S	N	TS	STS	Jumlah	Rata-rata	Ket.
1	Pernyataan 1	1	22	27	10	226	3,77	Baik
2	Pernyataan 2	2	15	33	10	231	3,85	Baik
3	Pernyataan 3	3	9	34	14	239	3,98	Baik
4	Pernyataan 4	1	8	40	11	241	4,02	Baik
5	Pernyataan 5	1	22	27	10	226	3,77	Baik

Sumber: data diolah, 2022

Tabel 7 memperlihatkan data hasil kuisioner variabel keberhasilan pemasaran Pengusaha UMKM kain tenun di Kecamatan Pringgasela. Pada variable ini, rata-rata pengusaha tenun memilih setuju terhadap pernyataan no. 1 hingga 5. Keberhasilan pengrajin kain tenun dalam memasarkan produknya. Peningkatan usaha, peluasan usaha. Hasil diatas dapat dimaknai bahwa pengusaha UMKM kain tenun memiliki keberhasilan pemasaran yang tinggipada indikator peningkatan dan peluasan usaha.

D. Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Hipotesis dalam penelitian ini diuji menggunakan teknik regresi linier berganda. Model analisis layak untuk digunakan jika semua uji model tersebut tidak memiliki masalah dalam hal normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan dengan maksud untuk menguji apakah data variabel dependen dan variabel independen telah terdistribusi secara normal atau tidak. Tabel 8 menunjukkan bahwa data pada semua vaariabel telah terdistribusi secara normal. Hasil pengujian normalitas yang dilakukan dengan uji K-S adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig.	Keterangan
X1	0,199	Normal
X2	0,200	Normal
Y	0,094	Normal

Sumber: SPSS 25.00, 2022

b. Uji Multikolinieritas

Berdasarkan Tabel 9 hasil perhitungan nilai tolerance menunjukkan bahwa tidak ada variabel bebas yang mempunyai nilai toleransi $\leq 0,10$ atau $VIF \geq 10$, jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi tidak terjadi korelasi di antara variabel independen dan model regresi layak digunakan.

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinearitas

Data-	Toleransi	VIF	Keterangan
X1	0,760	1,317	Tidak terjadi multikolonieritas
X2	0,760	1,317	

Sumber: SPSS 25.00, 2022

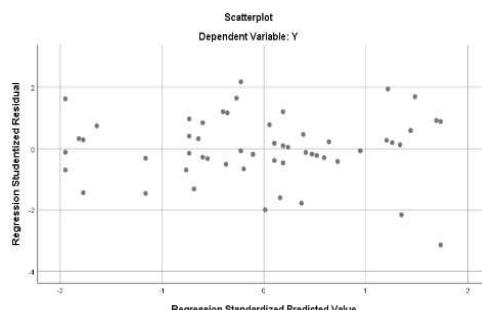
c. Uji Heteroskedastisitas

Penelitian ini akan menggunakan uji heteroskedastisitas melalui uji grafik *scatterplot*. Selain itu, juga menggunakan uji statistik uji Glejser. Dalam uji ini jika nilainya kurang dari 0,05 maka terjadi masalah pada uji ini. Namun, jika diatas 0,05 maka hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi ini layak dipakai untuk memprediksi pengaruh karakteristik wirausaha dan kapabilitas inovatif terhadap keberhasilan pemasaran.

Tabel 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Data-Data	Signifikan	Keterangan
X1	0,308	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
X2	0,982	

Sumber: SPSS 25.00, 2022



Gambar 1. Scatterplot

Berdasarkan Gambar 1 terlihat bahwa titik menyebar tidak membentuk pola bergelombang yang melebar dan menyempit kembali serta tidak berkumpul di satu wilayah saja melainkan menyebar disekitar angka 0. Selain itu, Tabel 9 menunjukkan bahwa seluruh variable memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Oleh karena itu, model regresi ini tidak mengalami masalah heteroskedastisitas dan dapat hasil regresi dapat digunakan.

2. Model Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah analisis yang mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini, pengukuran pengaruh ini melibatkan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat.

Tabel 11. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	B	Error	Beta	t	Sig.	Coefficients ^a	Standar Unstandardi zed Coeffic ients	Collinearity Statistics	Toler ance	VIF
						Std. Coeffici ents				
I(Constat)	-1.766	.848							.042	
									2.083	
X1	.181	.184	.108	.982	.330	.760	1.317			
X2	1.071	.186	.632	5.748	.000	.760	1.317			

Sumber: SPSS 25.00, 2022

Dari Tabel 11 di atas diperoleh suatu persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{Keberhasilan pemasaran} = -1,766 + 0,181 X_1 + 1,071 X_2$$

- -1,766 artinya jika variable X_1 dan X_2 konstan atau tidak mengalami perubahan maka terjadi penurunan keberhasilan pemasaran sebanyak 1,766 poin.
- 0,181 artinya jika variabel X_1 meningkat satu kali akan mengakibatkan kenaikan variabel Y sebesar 0,181 kali dengan asumsi variabel X_2 tetap.
- 1,071 artinya jika variabel X_2 meningkat satu kali akan mengakibatkan kenaikan variabel Y sebesar 1,071 kali dengan asumsi variabel X_1 tetap.

Berdasarkan persamaan diatas dapat disimpulkan bahwa semakin besar pengaruh karakteristik wirausaha dan kapabilitas inovatif maka semakin besar keberhasilan pemasaran UMKM tenun di Kecamatan Pringgasela.

3. Uji F

Tabel 12. Hasil Uji Kecocokan Model (Uji F)

Model	Df	Sig,	F Hitung	F table	Keterangan
Regression	2				
Residual	57	0,000 ^b	26,025	3,14	Model sudah cocok
Total	59				

Sumber: SPSS 25.00, 2022



Berdasarkan Tabel 12 merupakan hasil uji kecocokan model. Dari Tabel tersebut diperoleh F hitung sebesar 26,025 dan signifikansi sebesar 0,00. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi sudah cocok.

4. Uji Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini diuji menggunakan uji parsial (Uji t), cara ini bertujuan untuk mengetahui apakah secara individu (parsial) variable independen berpengaruh terhadap variable dependen. Uji t dilakukan pada derajat keyakinan sebesar 95% atau $\alpha = 5\%$.

Tabel 13. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	B	Error	Beta	t	Collinearity Statistics		VIF
					Unstandardized Coefficients	Standarized Coefficients	
1(Constant)	-1.766	.848		-2.083	.042		
X1	.181	.184	.108	.982	.330	.760	1.317
X2	1.071	.186	.632	5.748	.000	.760	1.317

Sumber: SPSS 25.00, 2022

- Pengujian Hipotesis Pertama
Berdasarkan Tabel 15, diperoleh hasil bahwa variabel X₁ memiliki nilai signifikansi sebesar 0,330. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,105 > 0,05$) menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha tidak mempengaruhi keberhasilan pemasaran secara statistik.
- Pengujian Hipotesis Kedua
Berdasarkan Tabel 17, diperoleh hasil bahwa variabel X₂ memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$) menunjukkan bahwa kapabilitas inovatif mempengaruhi keberhasilan pemasaran secara statistik.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error
			of the Estimate
1	.691 ^a	.477	.459
			.36186

Sumber: SPSS 25.00, 2022

Hasil perhitungan koefisien regresi dalam penelitian ini diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,459. Hal ini berarti variabel independen dapat menjelaskan variasi dari variabel dependen sebesar 45,9% sedangkan sisanya sebesar 54,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel penelitian seperti kemampuan manajerial karena kemampuan untuk merencanakan, mengorganisir, mengarahkan dan mengawas sangat dibutuhkan dalam usaha agar keberhasilan pemasaran dapat tercapai dengan efisien.

E. Pembahasan

1. Pengaruh Karakteristik wirausaha terhadap Keberhasilan pemasaran

Berdasarkan model regresi untuk variabel karakteristik wirausaha diketahui bahwa koefisien regresi berganda bernilai positif sehingga semakin besar karakteristik wirausaha maka semakin tinggi keberhasilan pemasaran tenun di Kecamatan Pringgasela. Hasil uji t untuk variabel karakteristik wirausaha diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,330 dengan tingkat signifikansi lebih besar dibandingkan taraf signifikansi yang ditetapkan ($0,330 > 0,05$) sehingga karakteristik wirausaha tidak mempengaruhi keberhasilan pemasaran secara statistik. Hasil dalam penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijayanto (2013) bahwa karakteristik wirausaha secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha para pedagang UMKM. Hasil penelitian ini juga berbeda dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Purwanti (2012) yang menyatakan bahwa karakteristik pengusaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha UMKM. Hal ini kemungkinan disebabkan karena ada faktor lain yang lebih dominan dalam menentukan keberhasilan pemasaran



tenun di Kecamatan Pringgasela tetapi tidak dibahas dalam penelitian ini seperti kreativitas pengusaha maupun kemampuan manajerial.

Semakin bagus karakteristik wirausaha maka keberhasilan pemasaran semakin tinggi. Makna dari pernyataan ini adalah semakin bagus karakter yang dimiliki oleh pengusaha UMKM kain tenun di Kecamatan Pringgasela maka akan semakin meningkatkan keberhasilan pemasaran produk tenun yang dihasilkan UMKM tersebut. Karakter yang dimaksud dapat berupa kemampuan yang dimiliki seperti kepribadian diri yang aspek ini bisa diamati dari segi kedisiplinan diri, kepercayaan diri, keberanian mengambil resiko, dan kemauan kuat serta finansial yaitu memiliki modal yang cukup dalam hal keuangan dan tenaga kerja serta mampu mengatur itu semua. Namun, karakteristik wirausaha belum mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap keberhasilan pemasaran. Hal ini dapat disebabkan karena ada faktor lain yang lebih dominan dalam menentukan keberhasilan pemasaran tenun di Kecamatan Pringgasela seperti kreativitas pengusaha. Kemungkinan hal ini terjadi karena yang bagi konsumen tenun adalah produk yang sesuai dengan keinginan mereka ataupun dapat memenuhi gaya hidup yang sedang menjadi trend saat ini sehingga pengusaha dituntut untuk lebih kreatif. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa karakteristik wirausaha tidak mempengaruhi keberhasilan pemasaran pada Pengusaha UMKM kain tenun di Kecamatan Pringgasela.

2. Pengaruh Kapabilitas inovatif terhadap Keberhasilan pemasaran

Berdasarkan model regresi untuk variabel kapabilitas inovatif diketahui bahwa kapabilitas inovatif memberikan pengaruh yang positif terhadap keberhasilan pemasaran. Namun, Hasil uji t untuk variabel kapabilitas inovatif diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 dengan tingkat signifikansi lebih besar dibandingkan taraf signifikansi yang ditetapkan ($0,00 > 0,05$) sehingga kapabilitas inovatif mempengaruhi keberhasilan pemasaran secara statistik. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wiranata (2019) yang menyatakan bahwa kapabilitas inovatif mempengaruhi keberhasilan pemasaran. Hasil penelitian ini juga didukung oleh Alamsyah (2013) yang menyatakan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Semakin tinggi kapabilitas inovatif produk maka keberhasilan pemasaran semakin tinggi. Hal ini dapat disebabkan karena pengusaha

UMKM tenun di Kecamatan Pringgasela memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi perubahan lingkungan pemasaran, merespon identifikasi tersebut, dan kemudian mendayaguna pengetahuan pasar tersebut dengan tujuan berhasil mengatasi perubahan di lingkungan sehingga keberhasilan pemasaran menjadi semakin bagus. Kapabilitas pemasaran inovatif didefinisikan sebagai kemampuan untuk menghasilkan pembaharuan produk, layanan, dan serangkaian kegiatan pemasaran demi kelangsungan hidup bisnis (Butcher et al., 2015). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kapabilitas inovatif mempengaruhi keberhasilan pemasaran pada kopi Pengusaha UMKM kain tenun di Kecamatan Pringgasela.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa

1. Variabel karakteristik wirausaha mempunyai pengaruh yang positif tapi tidak signifikan terhadap keberhasilan pemasaran usaha mikro, sentral kerajinan industri kain tenun Pringgasela.
2. Variabel karakteristik kapabilitas inovatif mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan pemasaran usaha mikro, sentral kerajinan industri kain tenun Pringgasela

**DAFTAR PUSTAKA**

Ogan Komering Ulu. Jurnal Manajemen.
Vol. 7 No. 4. Hal. 16-40.

Alamsyah, I. F. 2013. *Pengaruh Inovasi terhadap Keberhasilan Usaha pada Pengusaha Sentra Industri Kaos Suci Bandung. PhD Thesis. Universitas Pendidikan Indonesia.*

Butcher, J. ., Hooley, J. ., & Mineka, S. (2015). *Abnormal Psychology sixteenth edition.* Pearson.

Fauzi Nur Ali (2020). *Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, dan Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan UMKM Industri Shuttlecock di Desa Lawatan Kecamatan Dukuh Turi Kabupaten Tegal.*

Purwanti, Endang. 2012. Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan Kalilondo Salatiga. Among Makarti. Vol. 5 No. 9. Hal. 13-28.

Ranto, B. (2007). *Korelasi antara Motivasi, Knowledge of Entrepreneurship dan Independensi dan The Entrepreneur's Performance pada Kawasan Industri Kecil, Manajemen Usahawan Indonesia.* LMFE-UI.

Rajapathirana & Hui, 2017. *Kapabilitas inovatif adalah kemampuan dalam mengembangkan produk atau jasa*

Sousa, D. (2012). *Bagaimana Otak yang Berbakat Belajar* Indonesia

Suryana. (2011). *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses.* Penerbit Salemba Empat.

Wijayanto, A. 2013. Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha: Studi pada Sentra Usaha Kecil PEngasapan Ikan si Krobokan Semarang. *Jurnal Ilmu Sosial.* Vol 12 No.1. Hal. 16-28.

Wiranawata, Hilmi. 2019. Pengaruh Inovasi dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM Kuliner di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten