

PENGARUH PENGALAMAN USAHA, PENGAMBILAN RESIKO DAN KETERAMPILAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA DI PASAR TRADISIONAL SUKAJADI LAMPUNG BARAT: DITINJAU DARI MANAJEMEN PEMASARAN SYARIAH

Wulan Nurhidayah¹, Ahmad Habibi², Gustika Nurmalia³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia
email: Wulannurhidayah339@gmail.com¹, habibi@radenintan.ac.id², gustikanurmalia@radenintan.ac.id³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman usaha, pengambilan risiko, dan keterampilan terhadap keberhasilan usaha pada pedagang di Pasar Tradisional Sukajadi, Lampung Barat, dalam perspektif manajemen pemasaran syariah. Latar belakang penelitian ini didasari oleh menurunnya jumlah pedagang dan daya saing pasar tradisional akibat perkembangan pasar modern dan digitalisasi. Tiga variabel utama yang diteliti yaitu pengalaman usaha (X1), pengambilan risiko (X2), dan keterampilan (X3) diasumsikan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha (Y). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pengalaman usaha, pengambilan risiko, dan keterampilan masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha. Dari perspektif manajemen pemasaran syariah, keberhasilan usaha tidak hanya dilihat dari aspek profitabilitas, tetapi juga dari penerapan nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan keberkahan dalam praktik bisnis. Penelitian ini menegaskan pentingnya integrasi nilai-nilai Islam dalam pengelolaan usaha agar tercapai kesuksesan yang tidak hanya materiil tetapi juga spiritual.

Kata Kunci: Pengalaman Usaha, Pengambilan Risiko, Keterampilan, Keberhasilan Usaha, Manajemen Pemasaran Syariah.

1. PENDAHULUAN

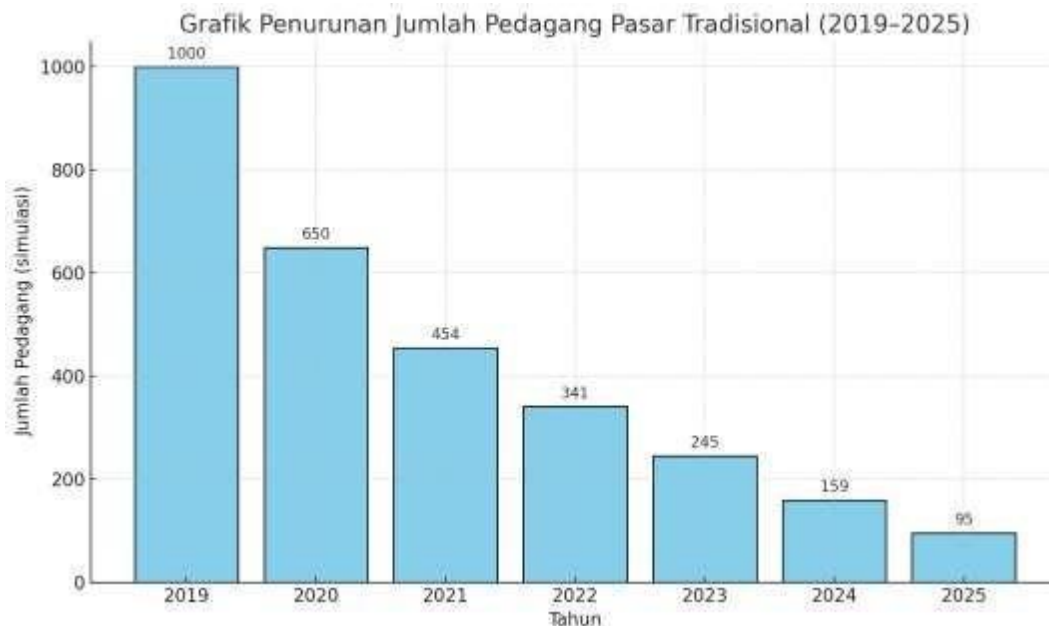
Pasar adalah sekumpulan pembeli dan penjual melalui interaksi mereka yang nyata atau potensial, menetapkan harga suatu produk atau sekumpulan produk, dengan demikian pasar merupakan tempat di mana harga ditetapkan. Secara sederhana pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pasar terdiri dari beragam jenis mulai dari pasar harian, pasar mingguan, hingga pasar modal, menunjukkan pentingnya peran pasar dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan mendukung pertumbuhan ekonomi. Akan tetapi, pasar terbagi menjadi dua jenis utama, yaitu pasar tradisional dan pasar modern (Lestari, 2022).

Pasar tradisional memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam mendukung pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) serta menjaga keterjangkauan kebutuhan pokok masyarakat. Dibandingkan pasar modern yang dikelola secara profesional dan mengandalkan teknologi, pasar tradisional menawarkan fleksibilitas harga dan interaksi sosial yang erat antara penjual dan pembeli. Namun, keberadaan pasar tradisional kini menghadapi tantangan serius akibat

pesatnya perkembangan pasar modern dan platform e-commerce yang menawarkan kemudahan berbelanja secara digital.

Tekanan terhadap pasar tradisional semakin meningkat sejak pandemi COVID-19, yang berdampak signifikan pada penurunan jumlah pengunjung dan omset pedagang. Menurut data CNBC Indonesia (2024), terjadi penurunan penjualan hingga 40% di berbagai pasar tradisional. Salah satu penyebab utama adalah perubahan preferensi konsumen yang mulai beralih ke transaksi daring, serta meningkatnya penggunaan teknologi pembayaran non-tunai yang dapat dilihat pada gambar 1 (Sandi, 2024).

Gambar 1 Grafik Penurunan Pedagang Pasar



Berdasarkan gambar 1 pada tahun 2025 pedagang pasar mengalami penurunan yang lebih besar dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, banyak pedagang yang mengalami kesulitan hingga gulung tikar. Salah satu penyebab utama kondisi ini adalah berkurangnya minat masyarakat untuk berbelanja langsung ke pasar tradisional. Kemajuan teknologi menjadi faktor utama perubahan ini, di mana banyak masyarakat mulai memanfaatkan platform digital untuk bertransaksi secara daring. Fenomena ini juga mengubah cara masyarakat bertransaksi, yang sebelumnya menggunakan uang tunai, kini lebih banyak yang beralih ke uang elektronik.

Di tengah dinamika ini, para pelaku usaha pasar tradisional dituntut untuk mampu beradaptasi agar tetap bertahan dan berkembang. Beberapa faktor penting yang memengaruhi keberhasilan usaha pedagang pasar antara lain: pengalaman usaha, kemampuan mengambil risiko, dan keterampilan berwirausaha. Ketiga aspek ini sangat menentukan kapasitas adaptif pedagang dalam menghadapi perubahan pasar dan persaingan yang semakin ketat.

Dari perspektif manajemen pemasaran syariah, keberhasilan usaha tidak hanya dilihat dari aspek keuntungan finansial, tetapi juga dari sejauh mana prinsip-prinsip kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab diterapkan dalam praktik bisnis sehari-hari, sebagaimana tercermin dalam nilai-nilai Islam yang menekankan keadilan dalam timbangan serta larangan memperoleh keuntungan secara tidak sah. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Quran Surah Al-Baqarah:188

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتَذُلُّوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

"Dan janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan janganlah kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebagian

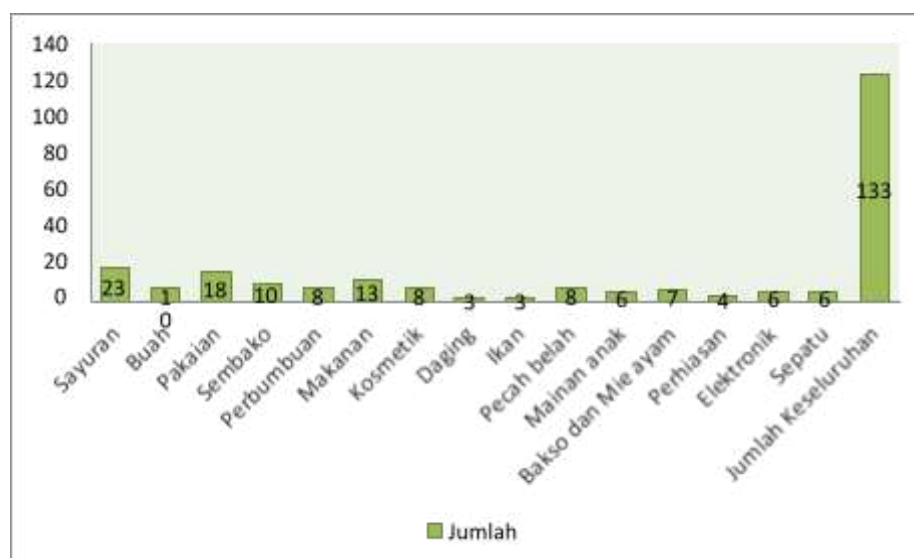
dari harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui" (QS. Al-Baqarah: 188).

Ayat di atas menjelaskan tentang perilaku yang harus dihindari oleh umat Islam dalam mengelola harta dan kekayaan. Salah satu larangan yang ditekankan adalah memperoleh harta dengan cara yang batil, seperti praktik riba dan ketidakjujuran dalam bisnis. Dalam kehidupan sehari-hari, ayat ini mengajarkan pentingnya integritas, kejujuran, dan keadilan dalam segala aspek, terutama dalam aktivitas perdagangan. Prinsip ini menjadi pedoman bagi para pedagang, baik di pasar modern maupun tradisional, agar menetapkan harga yang sesuai dengan ketentuan ajaran Islam.

Pasar tradisional, sebagai pusat transaksi dan distribusi kebutuhan pokok, memiliki keunggulan dalam fleksibilitas harga dibandingkan toko modern atau swalayan. Dengan daya saing yang dimilikinya, pasar tradisional dapat berkembang berdampingan dengan perdagangan ritel besar seperti hypermarket, supermarket, dan pusat perbelanjaan lainnya.¹ Namun, persaingan yang ketat juga menuntut pedagang untuk terus berinovasi dalam strategi pemasaran agar tetap bertahan di tengah perubahan zaman.

Pasar Sukajadi di Kecamatan Bandar Negeri Suoh, Lampung Barat, menjadi contoh menarik dari pasar tradisional yang masih bertahan di tengah tekanan tersebut. Pasar ini tetap aktif dan berkembang berkat keterlibatan komunitas lokal dan interaksi antara pedagang dari berbagai wilayah. Fenomena ini mendorong perlunya kajian lebih lanjut mengenai sejauh mana faktor pengalaman, pengambilan risiko, dan keterampilan berwirausaha berpengaruh terhadap keberhasilan pedagang di pasar tersebut (Asiva Noor Rachmayani, 2015).

Pemilihan Pasar Sukajadi sebagai contoh pasar tradisional yang masih bertahan didasarkan pada beberapa alasan. Pertama, pasar ini menunjukkan keberlanjutan dan keterlibatan aktif komunitas lokal yang telah menjaga eksistensinya selama puluhan tahun. Kedua, adanya interaksi antara pedagang lokal dan pendatang memperkaya jenis barang dagangan serta memperluas jangkauan ekonomi pasar. Ketiga, jadwal operasional pasar yang teratur setiap Selasa dan Jumat menciptakan sistem perdagangan yang efisien dan konsisten. Keempat, Pasar Sukajadi menjadi motor penggerak ekonomi lokal, menciptakan lapangan kerja dan perputaran uang di masyarakat. Terakhir, pasar ini juga berfungsi sebagai ruang sosial dan budaya yang memperkuat hubungan antarwarga. Oleh karena itu, Pasar Sukajadi merupakan contoh nyata bagaimana pasar tradisional dapat tetap bertahan dan berkembang di tengah tantangan zaman.



Sumber Data: Kepala Pengelola Pasar Sukajadi, 05 November 2024

Gambar 2 Grafik jumlah pedagang di pasar Sukajadi

¹ Rachmad Yusuf Susanto and Budi Prihatminingtyas, "Kajian Pedagang Pasar Tradisional Dan Pasar Modern," 2020,

Dalam mencapai keberhasilan usaha, pedagang pasar menghadapi berbagai tantangan. Keberhasilan usaha ditentukan oleh berbagai faktor, diantaranya pengalaman usaha, pengambilan risiko, serta keterampilan dalam berwirausaha (Mashuri et al., 2019). Keberhasilan usaha pedagang pasar merupakan tujuan utama dari sebuah bisnis, yang ditandai dengan peningkatan kepuasan pelanggan dan keberlanjutan usaha. Ukuran keberhasilan usaha dapat dilihat dari semakin banyaknya pelanggan yang membeli produk, meningkatnya keuntungan, serta kestabilan usaha dalam jangka panjang. Jika suatu usaha mengalami penurunan laba atau ketidakstabilan finansial, maka pelaku usaha akan kesulitan untuk mempertahankan kelangsungan bisnisnya.

Faktor pertama yang mempengaruhi keberhasilan usaha adalah pengalaman usaha. Pelaku usaha dengan pengalaman yang cukup mampu memahami kebutuhan konsumen, menganalisis peluang pasar, serta mengelola tantangan operasional dengan lebih efektif. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengalaman kerja yang cukup memberikan dampak positif terhadap daya saing dan keberlanjutan usaha (Kustini et al., 2021). Tidak sedikit pedagang yang akhirnya gulung tikar karena kurangnya pengalaman dalam menghadapi perubahan pasar dan mengelola usaha dengan baik.

Faktor kedua adalah pengambilan risiko. Kemampuan untuk mengambil risiko menjadi komponen kunci dalam keberhasilan usaha. Dalam lingkungan pasar tradisional yang dinamis, pengambilan risiko diperlukan untuk beradaptasi dengan fluktuasi harga, perubahan regulasi, atau masuknya pesaing baru. Pedagang yang mampu mengambil risiko secara terukur memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang dibandingkan mereka yang cenderung menghindari risiko (Ode & Ismi, 2021).

Selain pengalaman usaha dan pengambilan risiko, faktor keterampilan berwirausaha juga berperan penting dalam meningkatkan keberhasilan usaha di pasar tradisional. Keterampilan dalam kewirausahaan merupakan aset berharga yang menentukan keberhasilan usaha dalam jangka panjang. Keterampilan ini mencakup kemampuan dalam membaca tren pasar, negosiasi, manajemen keuangan, serta strategi pemasaran yang efektif. Dalam perspektif Islam, keterampilan ini harus diterapkan dengan tetap menjunjung tinggi nilai-nilai keadilan dan kejujuran. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-An'am: 152:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۚ وَأَوْفُوا بِالْكَيْلِ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۚ لَا تَكْلَفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۚ وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۚ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ۚ ذَٰلِكُمْ وَصَّاكُم بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: *"Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak membebaninya seseorang melainkan menurut kesanggupannya "* (QS. Al-An'am: 152).

Ayat di atas menekankan pentingnya kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab dalam menjalankan bisnis. Salah satu larangan yang ditekankan dalam ajaran Islam adalah mengambil keuntungan dari orang yang lemah atau tidak mampu. Selain itu, kejujuran dalam timbangan dan ukuran juga menjadi prinsip utama dalam perdagangan yang adil. Jika para pedagang di pasar menerapkan nilai-nilai ini, maka bisnis yang mereka jalankan tidak hanya akan membawa keberkahan, tetapi juga menciptakan keseimbangan dan manfaat bagi semua pihak. Keberhasilan usaha bukan semata-mata diukur dari banyaknya keuntungan yang diperoleh, melainkan juga dari kontribusi positif terhadap lingkungan sekitar.

Sejalan dengan prinsip tersebut, berbagai penelitian telah dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Nurul sukriani pada tahun 2024 menyimpulkan bahwa pengalaman usaha berwirausaha berpengaruh secara parsial terhadap keberhasilan usaha (Nurhayati et al., 2022). Hal ini berbanding dengan penelitian Yoans intan setiany pada tahun 2023 hasil penelitian menyimpulkan bahwa pengalaman usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha (Jasmine, 2022). Penelitian yang dilakukan Galuh oktavia tahun menyimpulkan bahwa pengambilan resiko berpengaruh terhadap keberhasilan berwirausaha (Oktavia DS & Trimeiningrum, 2018). Penelitian yang dilakukan Andi

muhamamen tahun 2024 menyimpulkan bahwa keterampilan wirausaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha (Muhamamen et al., 2024).

Perbedaan hasil penelitian sebelumnya mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan usaha mendorong perlunya penelitian lebih lanjut untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan ruang lingkup yang lebih luas, yakni pada pedagang di Pasar Tradisional Sukajadi, Lampung Barat. Pasar ini dipilih karena para pedagangnya memiliki karakteristik yang dinamis serta mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman dan tren dalam dunia perdagangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana pengalaman usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha, bagaimana pengambilan risiko dapat menentukan kesuksesan usaha, serta peran keterampilan wirausaha dalam meningkatkan daya saing pedagang di Pasar Tradisional Sukajadi, Lampung Barat. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami faktor-faktor utama yang mendorong keberhasilan usaha berbasis prinsip manajemen pemasaran syariah. Oleh karena itu, Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Pengalaman Usaha, Pengambilan Risiko dan Keterampilan Terhadap Keberhasilan Usaha Di Pasar Tradisional Ditinjau Dari Manajemen Pemasaran Syariah (Studi Pada Pasar Tradisional Sukajadi Lampung Barat)”

2. TINJAUAN PUSTAKA

a. Manajemen pemasaran

Menurut Kotler dan Keller pengertian pemasaran adalah *marketing is meeting needs profitability* dapat diartikan pemasaran berarti melakukan suatu kegiatan guna terpenuhinya kebutuhan konsumen dengan cara semua pihak mendapatkan manfaat atau keuntungan (Hamdat, 2020). Menurut Kotler dan Keller pemasaran dikatakan sebagai proses kemasyarakatan yang mana seseorang maupun kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkannya. Dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk atau jasa yang bernilai dengan pihak lain (Hamdat, 2020). Berdasarkan penjelasan para ahli diatas, kesimpulannya bahwa pemasaran adalah salah satu kegiatan yang bertujuan untuk mengembangkan, meningkatkan, mendapatkan laba suatu usaha. Oleh karena itu, pemasaran berperan penting terkait pengembangan suatu usaha.

b. Pengalaman usaha

Pengalaman adalah elemen yang sangat penting untuk mengembangkan sebuah usaha. Jika pengalaman usaha semakin meningkat, maka hal tersebut dapat mengakibatkan pemanfaatan informasi terhadap akuntansi meningkat pula (Jamil & Hidayat, 2022). Pengalaman usaha tercermin dari lamanya seseorang menjalankan bisnis, penguasaan manajemen, serta kemampuan menghadapi berbagai tantangan dalam kegiatan usaha. Oleh karena itu, seseorang yang belum pernah terlibat dengan kegiatan usaha tidak memiliki pengalaman mengelola usaha. Pengalaman usaha menurut kamus besar bahasa Indonesia "pengalaman" diartikan sebagai peristiwa yang sudah dialami dan dirasakan oleh seseorang.

c. Pengambilan risiko

Pengambilan risiko berkaitan dengan kepercayaan diri sendiri yang artinya semakin besar keyakinan seseorang pada kemampuan sendiri maka semakin besar keyakinan orang tersebut akan kesanggupan untuk memengaruhi hasil dan semakin besar pula kesediaan seseorang untuk mencoba apa yang menurut orang lain sebagai risiko (Suryana, 2013). Pengambilan risiko adalah keberanian seseorang dalam menghadapi ketidakpastian dengan mempertimbangkan peluang dan konsekuensi yang mungkin terjadi.

d. Keterampilan

Keterampilan berasal dari kata terampil yang berarti cakap, mampu, dan cekatan. Menurut Iverson mengatakan keterampilan membutuhkan pelatihan dan kemampuan dasar yang dimiliki setiap orang dapat lebih membantu menghasilkan sesuatu yang lebih bernilai dengan lebih cepat (Pipit et al., 2020). Keterampilan seseorang dapat terlihat dari kemampuannya menyelesaikan pekerjaan dengan cepat, tepat, dan berkualitas. Keterampilan juga diartikan sebagai kemampuan seseorang terhadap suatu hal meliputi tentang kecakapan, sikap, nilai, dan pengertian yang semuanya dipertimbangkan sebagai sesuatu yang penting untuk menunjang keberhasilan didalam penyelesaian tugas (Hilmi et al., 2018).

e. Keberhasilan usaha

Keberhasilan usaha merupakan suatu kondisi semakin besarnya skala usaha dan meningkatnya volume produksi. Lindrayanti (2013) menyatakan bahwa keberhasilan usaha ditandai dengan dua hal yaitu bertambahnya jumlah karyawan dan meningkatnya jumlah omset sedangkan menurut (Kasmir, 2006 dalam Arlianto, 2014), keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari meningkatnya jumlah penjualan, meningkatnya jumlah produksi, meningkatnya keuntungan atau laba serta usaha yang selalu berkembang (Pipit et al., 2020a). Keberhasilan usaha dapat dilihat dari tercapainya tujuan yang telah ditetapkan, seperti peningkatan keuntungan, kepuasan pelanggan, dan perkembangan bisnis secara berkelanjutan.

f. Manajemen pemasaran syariah

Manajemen dalam bahasa Arab disebut dengan idarah. Idrarah diambil dari perkataan *adartasy-syai'a* atau perkataan *'adarta biha* juga dapat didasarkan pada kata *ad-dauran*. Pengamat bahasa menilai pengambilan kata yang kedua - yaitu: *'adarta bihi* – itu lebih tepat. Oleh karena itu, dalam Elias' *Modern Dictionary English Arabic* kata *management* (Inggris), sepadan dengan kata *tadbir*. *Tadbir* adalah bentuk masdar dari kata kerja *dabbara*, *yudabbiru*, *tadbiran*. *Tadbir* berarti penertiban, pengaturan, pengurusan, perencanaan dan persiapan. Secara istilah, sebagian pengamat mengartikannya sebagai alat untuk merealisasikan tujuan umum. Karena pada dasarnya terbangunnya konsep manajemen disandarkan kepada ketiga dasar pemikiran tersebut (pencapaian tujuan, pengambilan keputusan dan pelaksanaan manajemen) (Asiva Noor Rachmayani, 2020). Secara umum manajemen itu mempunyai tiga tugas pokok yaitu mempersiapkan rencana atau strategi umum bagi perusahaan, lalu melaksanakan rencana tersebut yang terakhir mengadakan evaluasi, menganalisa dan mengawasi rencana tersebut dalam operasinya.

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta kausalitas hubungan-hubungannya. Dapat dilihat dari sifatnya, penelitian ini bersifat deskriptif yang mana digunakan untuk membuat gambaran atau deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fenomena yang ada (Jannah et al., 2017). Fokus penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh pengalaman usaha, pengambilan resiko dan keterampilan terhadap keberhasilan usaha.

Waktu penelitian Penelitian ini dilakukan secara online dan offline dalam bentuk kuesioner dan wawancara secara langsung dengan mengarah pada pedagang yang membuka usaha di pasar tradisional Sukajadi Lampung Barat. Penelitian ini dimulai dari awal bulan november hingga selesai dengan data dimulai dari tahun 2024. Tempat Penelitian Penelitian ini dilakukan di pasar tradisional Sukajadi Lampung Barat. Subjek dari penelitian ini adalah kalangan semua umur yang membuka usahanya di pasar tersebut.

Sumber data yang didapat dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah pedagang yang membuka usahanya di pasar tradisional Sukajadi Lampung Barat. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari hasil wawancara pengelola pasar Sukajadi tentang data pedagang pada tahun 2024 jumlah pedagang di pasar

Sukajadi Lampung Barat sejumlah 133 pedagang. Untuk menentukan ukuran sampel dapat menggunakan cara Slovin. Rumus Slovin adalah sebagai berikut :

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

Dimana:

N = Ukuran sampel

N = Populasi

e = Batas toleransi kesalahan (biasanya 5% atau 0.05)

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1+N(e)^2} \\n &= \frac{133}{1+133(0,05)^2} \\n &= \frac{133}{1+133(0,0025)} \\n &= \frac{133}{1,3325} \\n &= 99,81\end{aligned}$$

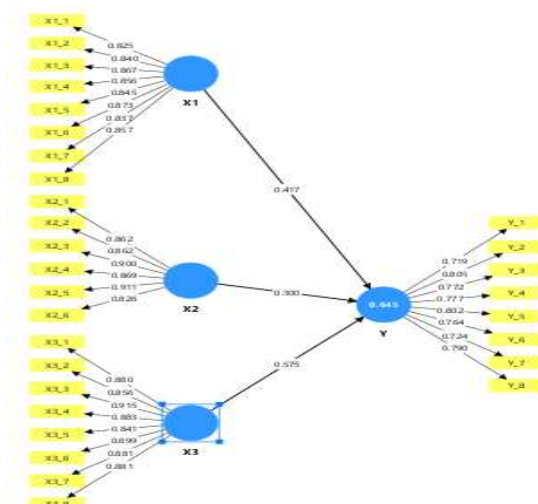
Setelah dilakukan perhitungan dengan rumus Slovin dapat ditentukan bahwasannya jumlah sampel yang dipilih adalah 99,81 atau dibulatkan menjadi 100 responden. Sampel sebanyak 100 pedagang dari populasi 133 pedagang. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah kuesioner dan observasi.

Analisis data dilakukan menggunakan SmartPLS. Analisis data dilakukan menggunakan SmartPLS karena metode PLS-SEM mampu mengolah data dengan jumlah sampel kecil, distribusi yang tidak normal, serta menganalisis hubungan antar variabel laten. Selain itu, SmartPLS memungkinkan pengujian model pengukuran dan model struktural secara bersamaan sehingga hasil penelitian lebih komprehensif.

4. HASIL DAN ANALISIS

Evaluasi Outer Model

Evaluasi outer model atau model pengukuran dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Outer model dengan indikator refleksif dievaluasi melalui validitas convergent dan discriminant dari indikator pembentuk konstruk laten dan composite reliability serta cronbach's alpha untuk blok indikatornya. Hasil pengujian outer model berupa diagram PLS algorithm disajikan pada gambar berikut:



Gambar 4 Evaluasi Outer Model

Sumber : Data Primer Diolah, (2025)

Uji Validasi

Uji validitas digunakan untuk menguji valid atau tidaknya kuesioner agar memastikan bahwa item-item pernyataan yang berupa kuesioner penelitian dapat dimengerti oleh para responden.

Convergent validity

Pengujian convergent validity didasarkan pada korelasi antar skor indikator dengan skor variabel latennya. Indikator dianggap valid jika memperlihatkan seluruh outer loading > 0.5 . berikut adalah hasil perhitungan convergent validity menggunakan nilai loading, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3 Model Pengukuran yang dievaluasi (Outer Model)

Variabel	Item (pernyataan)	Muatan (Loadings)	Keterangan
Pengalaman Usaha(X1)	X1.1	0,825	<i>Valid</i>
	X1.2	0,840	<i>Valid</i>
	X1.3	0,867	<i>Valid</i>
	X1.4	0,856	<i>Valid</i>
	X1.5	0,845	<i>Valid</i>
	X1.6	0,873	<i>Valid</i>
	X1.7	0,837	<i>Valid</i>
	X1.8	0,857	<i>Valid</i>
Pengambilan Resiko(X2)	X2.1	0,862	<i>Valid</i>
	X2.2	0,862	<i>Valid</i>
	X2.3	0,900	<i>Valid</i>
	X2.4	0,869	<i>Valid</i>
	X2.5	0,911	<i>Valid</i>
	X2.6	0,826	<i>Valid</i>
Keterampilan(X3)	X3.1	0,880	<i>Valid</i>
	X3.2	0,856	<i>Valid</i>
	X3.3	0,915	<i>Valid</i>
	X3.4	0,883	<i>Valid</i>
	X3.5	0,841	<i>Valid</i>
	X3.6	0,899	<i>Valid</i>
	X3.7	0,881	<i>Valid</i>
	X3.8	0,881	<i>Valid</i>
Keberhasilan Usaha(Y)	Y1	0,719	<i>Valid</i>
	Y2	0,805	<i>Valid</i>
	Y3	0,772	<i>Valid</i>
	Y4	0,777	<i>Valid</i>
	Y5	0,802	<i>Valid</i>
	Y6	0,764	<i>Valid</i>
	Y7	0,724	<i>Valid</i>
	Y8	0,790	<i>Valid</i>

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa masing-masing indikator telah memenuhi syarat dari convergent validity, yaitu antara 0,6 dianggap sudah cukup untuk memenuhi syarat convergent validity (Ghozali, 2015). Skor untuk masing-masing indikator berkisar antara 0,719 sampai dengan 0,915. Dengan demikian indikator yang digunakan telah cukup menggambarkan masing-masing variabel yang hendak diukur. Kemudian pengujian dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya, yaitu uji discriminant validity.

Discriminant validity Pengujian discriminant validity didasarkan pada nilai average variance extracted (AVE), yaitu nilai AVE harus lebih besar dari 0,5 sehingga memiliki discriminant validity yang baik (Ghozali, 2015). Berikut adalah hasil perhitungan discriminant validity menggunakan nilai AVE, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4 Average Variance Extracted (AVE)

Average Variance Extracted (AVE)
0,723
0,761
0,774
0,593

Sumber: Data olahan SmartPLS 4 (2025)

Berdasarkan tabel 4 di atas menunjukkan bahwa nilai AVE untuk masing-masing konstruk adalah 0,723 (X1), 0,761(X2), 0,774 (X3), dan 0,593 (Y1), semuanya lebih dari 0,50, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam model memiliki validitas konvergen yang baik.

Uji Validitas Diskriminan

Setelah validitas konvergen terpenuhi, dilakukan uji validitas diskriminan untuk memastikan bahwa setiap konstruk dalam model benar-benar berbeda dan tidak saling tumpang tindih. Salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi validitas diskriminan adalah kriteria Fornell-Larcker, yang menyatakan bahwa akar kuadrat dari nilai AVE (yang terletak pada diagonal utama tabel) harus lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi antara konstruk (yang berada diluar diagonal). Berikut adalah hasil penghitungan discriminant validity menggunakan Fornell-Larcker Criterion, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5 Nilai Fornell-Larcker Criterion

	Pengalaman Usaha	Pengambilan Resiko	Keterampilan	Keberhasilan Usaha
Pengalaman Usaha	0,850			
Pengambilan Resiko	-0,071	0,872		
Keterampilan	0,137	0,005	0,880	
Keberhasilan Usaha	0,475	0,274	0,634	0,770

Berdasarkan tabel, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam model telah memenuhi validitas diskriminan. Artinya konstruk yang digunakan dalam penelitian ini bersifat unik dan mampu membedakan dirinya dengan konstruk lain, sehingga model pengukur yang digunakan telah memenuhi kriteria secara validitas secara menyeluruh.

Uji Reliabilitas

Digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas didasarkan pada nilai composite reliability. Kuesioner dikatakan reliabel jika memiliki 20 composite reliability di atas 0,6 (I, 2016). Berikut merupakan hasil perhitungan composite reliability, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 6 Nilai Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
Pengalaman Usaha(X1)	0,951
Pengambilan Resiko(X2)	0,950
Keterampilan(X3)	0,959
Keberhasilan Usaha(Y)	0,903

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 5 diatas menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai composite reliability diatas 0,6 sehingga dapat dikatakan kuesioner dalam penelitian ini reliabel. Untuk memperkuat nilai composite reliability, uji reliabilitas juga dapat dilihat dari nilai cronbach's alpha. Apabila nilai cronbach alpha di atas 0,7 maka dikatakan reliabel. Berikut ini adalah hasil perhitungan cronbach alpha, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 6 Nilai Cronbach's Alpha

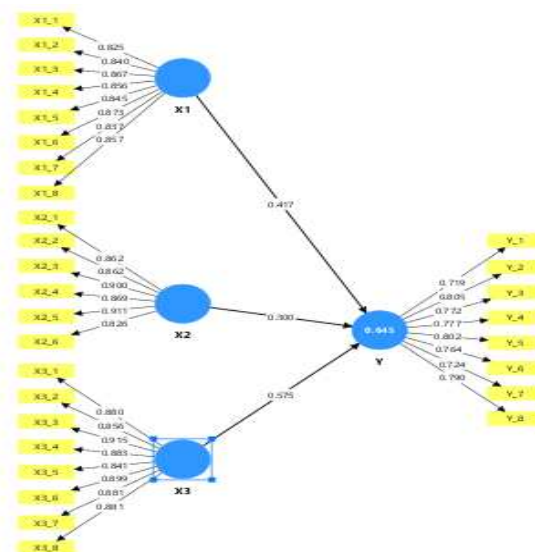
Variabel	Cronbach's Alpha
Pengalaman Usaha(X1)	0,945
Pengambilan Resiko(X2)	0,937
Keterampilan(X3)	0,958
Keberhasilan Usaha(Y)	0,901

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 6 di atas menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai cronbach's alpha diatas 0,7. Nilai cronbach alpha diatas 0,7 berarti kuesioner pada penelitian ini reliabel. Artinya, kuesioner telah memenuhi persyaratan uji reliabilitas.

Evaluasi Inner Model

Penelitian ini pengujian hipotesis menggunakan analisis Partial Least Square (PLS) dengan program SmartPLS 4. Berikut adalah skema model program PLS yang diujikan:



Gambar 5 Inner Model

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Model Struktural (Inner Model)

Terakhir, dilakukan pengujian model struktural (inner model) dengan menilai nilai R-square, F-Square, dan uji t-statistik, dan p-value untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

1. R- Square (R)**Tabel 7 R-Squares**

	R Square	R Square Adjusted
Keberhasilan Usaha	0,645	0,635

Pada tahap pengujian inner model, nilai R-square Adjusted untuk variabel dependen Keberhasilan Usaha (Y1) adalah 0,635, yang berarti 63,5% variasi dalam keberhasilan usaha dapat dijelaskan oleh variabel pengalaman usaha, pengambilan resiko dan keterampilan. Sisanya 36,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

2. F-Square**Tabel 8 Hasil Uji f-Square**

Konstruk	F-Square
Pengalaman usaha	0,479
Pengambilan resiko	0,253
keterampilan	0,914

Uji f-Square digunakan untuk mengukur sejauh mana kontribusi konstruk eksogen terhadap konstruk endogen, atau untuk menilai kekuatan hubungan antar variabel laten dalam model. Nilai f-Square sebesar 0,35 menunjukkan pengaruh besar, 0,15 menunjukkan pengaruh sedang, dan 0,02 menunjukkan pengaruh kecil. Berdasarkan hasil analisis F-Square, diketahui bahwa variabel X3 memiliki pengaruh paling besar terhadap variabel dependen dengan nilai F-Square sebesar 0,914 yang termasuk kategori sangat besar. sementara itu, variabel X1 juga menunjukkan pengaruh besar yaitu dengan nilai F-Square sebesar 0,479, sedangkan variabel X2 menunjukkan pengaruh sedang dengan nilai F Square dengan nilai 0,253. dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa X3 merupakan konstruk yang paling dominan dalam mempengaruhi variabel dependen, diikuti oleh X1 dan terakhir X2 yang berkontribusi relatif sedang.

Uji Hipotesis**Tabel 9 Hasil T Statistik**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	T Statistics (O STDEV)	P Values
X1 -> Y1	0,417	0,419	0,063	0,000
X2 -> Y1	0,300	0,304	0,067	0,000
X3 -> Y1	0,575	0,574	0,062	0,000

Uji hipotesis menghasilkan nilai original sampel dan p-value yang signifikan untuk ketiga jalur pengaruh. Pengalaman usaha terhadap keberhasilan usaha memiliki nilai original sample = 0,417 dan p = 0,000, pengambilan resiko terhadap keberhasilan usaha memiliki nilai original sample = 0,300 dan p = 0,000, serta keterampilan terhadap keberhasilan usaha memiliki nilai original sample = 0,575 dan p = 0,000. Dengan p-value di bawah 0,05 untuk seluruh hubungan, dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Pembahasan

Pengalaman usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha

Hasil menunjukkan bahwa pengalaman usaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha di pasar Sukajadi kabupaten Lampung Barat. Hal ini ditunjukkan oleh nilai original sample sebesar 0,417 dan p-value 0,000, yang berarti hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengalaman yang dimiliki oleh pelaku usaha, maka semakin besar pula kemungkinan mereka untuk mencapai keberhasilan dalam usahanya. Secara praktis, pengalaman usaha mencerminkan akumulasi pembelajaran yang diperoleh pelaku usaha selama menjalankan kegiatan usahanya. Pengalaman ini memungkinkan pelaku usaha memiliki pemahaman yang lebih dalam mengenai kondisi pasar, karakteristik pelanggan, pengelolaan keuangan, serta strategi bersaing. Di pasar tradisional seperti Sukajadi, pengalaman juga berperan penting dalam menjalin hubungan sosial dengan pelanggan dan pedagang lain, memahami pola belanja masyarakat lokal, serta menyesuaikan strategi dengan dinamika pasar. Secara teoritis hasil ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Zimmerman dan Scarborough yang menyatakan bahwa pengalaman berperan sebagai faktor penting dalam proses pengambilan keputusan, karena pengalaman mampu mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan kepercayaan diri pelaku usaha. Semakin banyak pengalaman yang dimiliki oleh para pelaku usaha semakin besar peluang untuk keberhasilan usaha yang dijalankan di pasar tradisional Sukajadi.

Penelitian ini juga mendukung temuan penelitian sebelumnya seperti oleh penelitian (Siregar et al., 2021) yang menyatakan bahwa pemahaman ilmu akuntansi dan pengalaman usaha memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan bisnis.

Pengaruh pengambilan resiko terhadap keberhasilan usaha

Hasil menunjukkan bahwa pengambilan resiko berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha di pasar Sukajadi kabupaten Lampung Barat. Hal ini ditunjukkan oleh nilai original sample sebesar 0,300 dan p-value 0,000, ini berarti bahwa pelaku usaha yang berani mengambil resiko yang terukur dalam usahanya cenderung memiliki peluang yang lebih tinggi untuk mencapai keberhasilan. Dalam konteks pasar tradisional mengambil resiko dapat diwujudkan dalam bentuk mencoba strategi penjualan baru, membuka cabang di lokasi lain, menambah variasi produk, atau melakukan inovasi dalam pelayanan. Meskipun resiko dapat menghasilkan ketidakpastian namun tanpa keberanian mengambil resiko peluang untuk tumbuh dan berkembang akan sangat terbatas. Didukung oleh teori yang dikemukakan oleh McClelland yang menyatakan bahwa keberanian mengambil resiko adalah karakteristik utama dari seorang wirausahawan sukses.

Hasil ini juga memperkuat penelitian sebelumnya oleh (Aziz et al., 2024) yang menyatakan bahwa pentingnya pengelolaan risiko untuk menunjang pertumbuhan atau keberhasilan sebuah usaha.

Pengaruh keterampilan terhadap keberhasilan usaha

Hasil menunjukkan bahwa keterampilan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha di pasar Sukajadi kabupaten Lampung Barat. Hal ini ditunjukkan oleh nilai original sample sebesar 0,517 dan p-value 0,000, yang berarti keterampilan pelaku usaha menjadi faktor utama dalam menentukan tingkat keberhasilan usaha, terutama dalam konteks pasar tradisional. Keterampilan yang dimaksud mencakup keterampilan teknis seperti kemampuan memproduksi atau menyusun produk, keterampilan manajerial seperti mengelola stok, keuangan, dan tenaga kerja serta keterampilan interpersonal yaitu berkomunikasi, melayani pelanggan, membangun relasi bisnis. Di pasar tradisional keterampilan pelayanan dan komunikasi sangat penting karena pelanggan cenderung loyal pada penjual yang ramah, responsif, dan dapat dipercaya. Secara konseptual keterampilan merupakan bekal utama yang memungkinkan pelaku usaha menjalankan operasional bisnis secara efektif dan efisien tanpa keterampilan yang memadai pelaku usaha akan kesulitan

menavigasi dinamika pasar, menghadapi kompetitor atau menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan.

Penelitian ini mendukung teori Human Capital dari Becker yang menyatakan bahwa keterampilan dan pengetahuan merupakan aset penting dalam menunjang keberhasilan ekonomi seseorang. Selain itu hasil ini juga diperkuat oleh penelitian terdahulu seperti oleh (Amin et al., 2022) yang menyatakan bahwa keterampilan kewirausahaan maupun karakteristik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Pengalaman usaha, pengambilan resiko dan Keterampilan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan usaha

Berdasarkan hasil pengujian model struktural, diketahui bahwa variabel pengalaman usaha pengambilan resiko dan keterampilan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha dengan nilai R-square Adjusted sebesar 0,635. Artinya, ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 63,5% variasi dalam mencapai keberhasilan usaha di pasar tradisional Sukajadi. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan usaha di pasar tradisional Sukajadi tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil kombinasi dari pengalaman usaha, pengambilan resiko dan keterampilan. Indikator-indikator pada ketiga variabel memiliki loading factor di atas 0,60 dan nilai AVE diatas 0,50 menunjukkan bahwa seluruh konstruk valid dan reliabel.

Diantara ketiganya keterampilan merupakan faktor paling dominan yang menunjukkan pentingnya meningkatkan kapasitas pelaku usaha secara menyeluruh. Keterampilan menjadi faktor paling dominan karena kemampuan pelaku usaha dalam mengelola, mengembangkan, serta menyesuaikan strategi bisnis sangat menentukan keberhasilan usaha dibandingkan pengalaman maupun pengambilan risiko. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas pelaku usaha melalui pelatihan, inovasi, dan penguasaan teknik pemasaran sesuai prinsip syariah akan berdampak langsung pada daya saing dan keberlangsungan pasar tradisional. Dalam perspektif manajemen pemasaran syariah, keterampilan yang baik tidak hanya mencakup kemampuan teknis, tetapi juga keterampilan etis yang menekankan kejujuran, keadilan, serta pelayanan yang amanah kepada konsumen. Implikasinya, penguatan keterampilan pelaku usaha menjadi kunci untuk membangun pasar tradisional yang lebih profesional, berdaya saing, dan tetap sesuai dengan nilai-nilai syariah. Namun ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memberikan kontribusi besar terhadap keberhasilan usaha di pasar tradisional Sukajadi.

Perspektif Manajemen Pemasaran Syariah Dalam penggunaan pengalaman usaha, pengambilan resiko, dan keterampilan terhadap keberhasilan usaha

Dalam perspektif *manajemen pemasaran syariah*, aktivitas bisnis dipandang sebagai bagian dari ibadah, selama dilakukan dengan cara yang halal, jujur, dan bertanggung jawab. Konsep ini tidak hanya menekankan pada pencapaian keuntungan duniawi semata, tetapi juga memperhatikan aspek keberkahan, keadilan, kejujuran, serta kemanfaatan bagi sesama manusia. Dalam konteks ini, variabel pengalaman usaha, pengambilan risiko, dan keterampilan merupakan bagian penting dari proses ikhtiar manusia yang selaras dengan prinsip-prinsip syariah. Ketiganya mencerminkan usaha sungguh-sungguh dalam mencapai kesuksesan, yang dalam Islam dianggap sebagai bentuk pengabdian kepada Allah SWT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Temuan ini sejalan dengan nilai-nilai dalam manajemen pemasaran syariah, di mana keberhasilan usaha tidak semata-mata diukur dari segi materi atau omzet, tetapi juga dari cara usaha tersebut dijalankan apakah sesuai dengan nilai-nilai Islam, dan apakah memberikan manfaat kepada masyarakat. Islam sangat mendorong umatnya untuk berikhtiar secara maksimal dalam mencari rezeki. Pengalaman, keterampilan, serta keberanian dalam mengambil risiko yang terukur merupakan bentuk ikhtiar nyata yang mencerminkan semangat kerja keras dalam Islam. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam QS. Ar-Ra'd ayat 11:

هَٰ مُعَقَّبَتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ ۚ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ ۝١١

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sampai mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.” (QS. Ar-Ra’d: 11)

Tafsir Ibnu Katsir menyebutkan ayat ini menegaskan pentingnya usaha dan ikhtiar. Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum, baik menuju kebaikan maupun keburukan, kecuali mereka sendiri yang berusaha mengubah keadaan tersebut melalui amal, niat, dan perbuatan mereka. Dengan demikian, ketika pelaku usaha membangun pengalaman, meningkatkan keterampilan, dan mengambil risiko secara halal dan bertanggung jawab, maka hal itu merupakan bentuk nyata dari ikhtiar dan pengabdian kepada Allah SWT. Namun, keberhasilan dalam Islam tidak hanya dinilai dari pencapaian penjualan atau keuntungan finansial semata, melainkan juga dari etika dalam menjalankan usaha, seperti kejujuran, keadilan, dan tidak merugikan pihak lain. Sebagaimana Allah SWT juga berfirman QS. Al-Baqarah ayat 272:

لَيْسَ عَلَيْكَ هُدَاهُمْ وَلَكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَن يَشَاءُ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ فَلِأَنفُسِكُمْ وَمَا تُنْفِقُونَ إِلَّا ابْتِغَاءَ وَجْهِ اللَّهِ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ يُّوفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ ۝٢

"Bukanlah kewajibanmu (Muhammad) menjadikan mereka mendapat petunjuk, akan tetapi Allah-lah yang memberi petunjuk siapa yang Dia kehendaki. Dan apa pun harta yang baik yang kamu infakkan, maka itu adalah untuk dirimu sendiri. Dan apa pun yang kamu infakkan, hendaknya karena mencari keridaan Allah. Dan apa pun harta yang kamu infakkan, niscaya akan dibalas dengan cukup kepadamu dan kamu tidak akan dizalimi." (QS. Al-Baqarah: 272)

Tafsir Al-Muyassar menyebutkan ayat ini menekankan bahwa dalam beramal (termasuk usaha), niat harus lurus karena Allah, bukan semata-mata untuk keuntungan duniawi. Keberkahan dan balasan akan diberikan jika usaha dilakukan dengan ikhlas dan cara yang benar. Secara keseluruhan pengalaman usaha, pengambilan resiko dan keterampilan merupakan bagian penting dari proses ikhtiar manusia untuk meraih keberhasilan usaha secara syariah karna keberhasilan sejati dalam dalam pandangan islam adalah usaha yang dijalankan secara halal,jujur, adil dan tidak merugikan orang lain.

5. KESIMPULAN

Hasil dari penelitian yang diperoleh dari sampel sebanyak 100 responden dengan perhitungan menggunakan SmartPLS 4 sebagai berikut:

- Berdasarkan hasil uji hipotesis satu (Ha1) pada variabel pengalaman usaha (X1) terhadap keberhasilan usaha (Y), menghasilkan nilai t- hitung lebih besar daripada t-tabel, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara pengalaman usaha (X1) terhadap keberhasilan usaha (Y). Kesimpulannya Ha1 diterima, yang berbunyi pengalaman usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y).
- Berdasarkan hasil uji hipotesis dua (Ha2) pada variabel pengambilan resiko (X2) terhadap keberhasilan usaha (Y), menghasilkan nilai t- hitung lebih besar daripada t-tabel, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara pengambilan resiko (X2) terhadap keberhasilan usaha (Y). Kesimpulannya Ha2 diterima, yang berbunyi pengambilan resiko (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y).
- Berdasarkan hasil uji hipotesis tiga (Ha3) pada variabel keterampilan (X3) terhadap keberhasilan usaha (Y), menghasilkan nilai t- hitung lebih besar daripada t-tabel, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara keterampilan (X3) terhadap keberhasilan usaha

- (Y). Kesimpulannya Ha3 diterima, yang berbunyi keterampilan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y).
- d. Berdasarkan hasil uji hipotesis empat (Ha4) yang menguji pengaruh secara simultan pengalaman usaha (X1), pengambilan resiko (X2), dan Keterampilan (X3) terhadap keberhasilan usaha (Y), diperoleh nilai R-square Adjusted sebesar 0,635. Maka terdapat pengaruh signifikan secara simultan ketiga variabel terhadap keberhasilan usaha. Kesimpulannya Ha4 diterima, yang berbunyi pengalaman usaha, pengambilan resiko, dan keterampilan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y).

REFERENSI

- Amin, M., Zainal S., M., Astari, C., & Ervianingsih, E. (2022). Pengaruh Keterampilan Kewirausahaan Dan Karakteristik Individu Terhadap Keberhasilan Usaha. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 12(3), 240–246. <https://doi.org/10.52643/jam.v12i3.2365>
- Asiva Noor Rachmayani. (2015). *Profil Bandar Negeri Suoh*. 6.
- Asiva Noor Rachmayani. (2020). *buku manajemen pemasaran syariah*. 6.
- Aziz, A., Pangestuti, D. C., & Hidayati, S. (2024). Pengaruh Risiko terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Owner*, 8(2), 1238–1254. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i2.2062>
- Hamdat, A. (2020). *Buku Manajemen Pemasaran* (Issue September 2020).
- Hilmi, R. Z., Hurriyati, R., & Lisnawati. (2018). *keterampilan kewirausahaan*. 3(2), 91–102.
- I, G. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jamil, S., & Hidayat, D. (2022). Seminar Nasional Riset Ekonomi dan Bisnis 2022 Fakultas Ekonomi-UNISLA Lamongan. *Seminar Nasional Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 454–467.
- Jannah, K. A. M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Ardiawan, T. M. K. N., & Sari, M. E. (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Issue May).
- JASMINE, K. (2022). PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, PENGALAMAN USAHA DAN KETERAMPILAN BERWIRAUSAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA (STUDI PADA UMKM KULINER DI KOTA BANJARBARU). *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*, 159–172.
- Kustini, K., Rahma, D. T., & Iriyanti, E. (2021). Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 6(2), 76–84. <https://doi.org/10.33005/mebis.v6i2.254>
- Lestari, S. (2022). Mengenal dan Membaca Pasar. *Al-Mizan : Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(II), 10.
- Mashuri, M., Eryana, E., & Ezril, E. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pedagang Pasar Sukaramai Di Kecamatan Bengkalis. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(1), 138–154. <https://doi.org/10.46367/iktishaduna.v8i1.158>
- Muharamen, A., Siregar, O. M., Bisnis, I. A., Ilmu, F., Politik, I., & Utara, U. S. (2024). *Pengaruh Keterampilan Wirausaha dan Motivasi Berwirausaha terhadap Keberhasilan Usaha (Studi pada UMKM di Kota Medan)*. 1(4).
- Nurhayati, S., Ulum, I., & Agus Saputri, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Akuntansi, Pengalaman Usaha, Dan Motivasi Kerja Terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Pelaku Ukm Di Kota Batu. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 1(5), 1056–1063. <https://doi.org/10.59188/jcs.v1i5.137>
- Ode, W., & Ismi, I. (2021). *PENGAMBILAN RISIKO DAN INTENSI BERWIRAUSAHA*. 10(1), 34–41.
- Oktavia DS, G., & Trimeiningrum, E. (2018). 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. *Jemap*, 1(1), 26. <https://doi.org/10.24167/jemap.v1i1.1580>
- Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020a). keberhasilan usaha. *Journal GEEJ*, 7(2), 8–37.
- Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020b). keterampilan. *Journal GEEJ*, 7(2).
- Sandi, F. (2024). *Rakyat Susah Cari Duit! Pengakuan Pedagang Jualan Makin Sepi*. CNBC Indonesia.
- Siregar, I. F., Rasyad, R., & Onasis, D. (2021). Pengaruh Pemahaman Ilmu Akuntansi Dan Pengalaman Usaha Terhadap Keberhasilan Bisnis Bagi Pelaku Usaha Mikro Menengah Muda Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 4(1), 47–56.

Suryana. (2013). *Kewirausahaan : Kiat dan Proses menuju sukses*. Salemba Empat.

Susanto, R. Y., & Prihatminingtyas, B. (2020). *Kajian Pedagang Pasar Tradisional Dan Pasar Modern*. 755–761. <http://repository.unika.ac.id/19466/6/14.A1.0007> CHRISTIAN ELFAN PRATAMA W. %285.53%29..pdf BAB V.pdf