

**PENGARUH PERILAKU KEWIRAUSAHAAN DAN PEMASARAN
TERHADAP PENDAPATAN USAHA FOTOCOPY PALANO JAYA
MEDAN HELVETIA**

SKRIPSI

Oleh:

KHOIRIA RIZKY TANJUNG
NIM 51141049

Program Studi
EKONOMI ISLAM



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUMATERA UTARA

MEDAN

2018

**PENGARUH PERILAKU KEWIRAUSAHAAN DAN PEMASARAN
TERHADAP PENDAPATAN USAHA FOTOCOPY PALANO JAYA
MEDAN HELVETIA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (SI)
Jurusan Ekenomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN
Sumatera Utara

Oleh:

KHOIRIA RIZKY TANJUNG
NIM 51141049

**Program Studi
EKONOMI ISLAM**



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUMATERA UTARA

MEDAN

2018

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Khoiria Rizky Tanjung
N.I.M : 51141049
Tempat/Tanggal Lahir : Aek Pamingke/ 05 Mei 1996
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. Suluh No. 114

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “**PENGARUH PERILAKU KEWIRAUSAHAAN DAN PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN USAHA FOTOCOPY PALANO JAYA. MEDAN HELVETIA**” benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 16 Oktober 2018

Yang membuat pernyataan

Khoiria Rizky Tanjung



Medan, 16 Oktober 2018

PERSETUJUAN

Skripsi berjudul:

**PENGARUH PERILAKU KEWIRAUSAHAAN DAN PEMASARAN TERHADAP
PENDAPATAN PENGUSAHA PALANO JAYA MEDAN HELVETIA**

Oleh:

Khoiria Rizky Tanjung

NIM. 51141070

Dapat Disetujui Dengan Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Pada Jurusan Ekonomi Manajemen Syari'ah

Medan, Oktober 2018

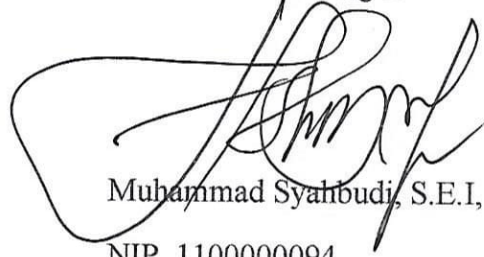
Pembimbing I



Zuhri M. Nawawi, MA

NIP .197608182007101001

Pembimbing II



Muhammad Syahbudi, S.E.I, MA

NIP .1100000094

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Manajemen Syariah



Dr. Marliyah, M. Ag

NIP. 19761262003122003

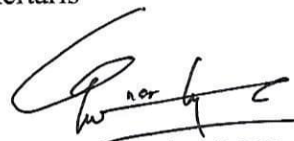
Skripsi berjudul "PENGARUH PERILAKU KEWIRAUSAHAAN DAN PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN USAHA FOTOCOPY PALANO JAYA MEDAN HELVETIA" atas nama Khoiria Rizky Tanjung, NIM 51141049 Program Studi Ekonomi Islam telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU Medan pada tanggal 8 November 2018. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Islam.

Medan, 30 November 2018
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Ekonomi Islam UIN-SU
Sekertaris

Ketua



Zuhrinal M. Nawawi, MA
NIP. 197608182007101001



Aqwa Naser Daulay, M.Si
NIP. 1100000091

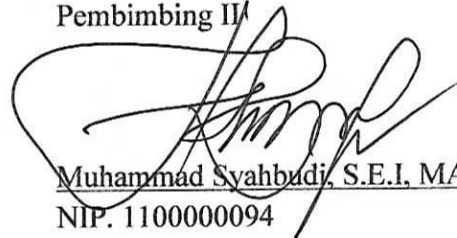
Anggota

Pembimbing I



Zuhrinal M. Nawawi, MA
NIP. 197608182007101001

Pembimbing II



Muhammad Syahbudi, S.E.I, MA
NIP. 1100000094

Penguji I



Tuti Angrami, MA
NIP. 197705312005012007

Penguji II



Dr. Chuzaimah Batubara, MA
NIP. 197007061996032003

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN-SU Medan



Dr. Andri Soemitra, MA
NIP. 197605072006041002

ABSTRAK

KHOIRIA RIZKY TANJUNG. NIM: 51141049. Judul Skripsi: **Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Pengusaha Fotocopy Palano Jaya Medan Helvetia.** Dibawah bimbingan Pembimbing Skripsi I Bapak **Zuhrinal M. Nawawi, MA** dan Pembimbing Skripsi II Bapak **M. Syahbudi, MA.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku kewirausahaan dan pemasaran terhadap pendapatan pada fotocopy palano jaya. Penelitian ini dilakukan di Palano Jaya Medan Helvetia. Dimana peneliti ingin melihat seberapa besar pengaruh kewirausahaan terhadap pendapatan, seberapa besar pengaruh pemasaran terhadap pendapatan, dan seberapa besar pengaruh perilaku kewirausahaan dan pemasaran terhadap pendapatan Palano Jaya Medan. Variabel terikatnya adalah pendapatan, variabel bebasnya adalah perilaku kewirausahaan dan pemasaran. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan metode kuesioner (angket) terhadap sampel sebanyak 80 pengusaha. Adapun alat analisis yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda dengan bantuan program SPSS 20.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan Palano Jaya. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,649 yang artinya pendapatan palano jaya dapat dijelaskan oleh faktor variabel perilaku kewirausahaan dan pemasaran sebesar 64,9%. Sedangkan sisanya 35,1% pendapatan palano jaya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model analisis dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Perilaku Kewirausahaan, Pemasaran, Pendapatan

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Segala puji bagi ALLAH SWT yang telah menganugerahkan nikmat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tentang “**Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Pengusaha Fotocopy Palano Jaya Medan Helvetia**”. Shalawat dan salam juga tidak lupa tercurah kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW sebagai *uswatun hasanah* dalam kehidupan sehari-hari.

Adapun maksud dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk disetujui sebagai langkah awal penyusunan skripsi yang ditujukan dalam rangka meraih gelar Strata Satu (S1) jurusan Ekonomi Islam di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Atas berkat bantuan dari berbagai pihak yang telah berkenan untuk memberikan segala yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini, perkenankanlah saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Saidurahman, M Ag selaku rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Bapak Andri Soemitra selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, terimakasih karena telah memberi kesempatan bagi penulis untuk mengikuti kegiatan perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Ibu Dr. Marliyah, M.Ag selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dalam penyusunan jadwal kuliah, sehingga saya bisa mengikuti perkuliahan dan sekaligus menulis skripsi ini.
4. Ibu Annio Indah Lestari Nst. SEI, MSI. Selaku penasehat akademik yang telah dengan sabar membimbing saya sehingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak Zuhrinal M. Nawawi, MA sebagai pembimbing skripsi I yang telah berkenan meluangkan waktunya dalam membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. M. Syahbudi, MA sebagai pembimbing skripsi II yang telah bersedia meluangkan waktu istirahatnya dalam membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Segenap Bapak Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
8. Ayah dan Ibu saya yang selalu mendo'akan dan memberikan dukungan baik moril dan materil selama perkuliahan saya dan juga selama penulisan skripsi ini.
9. Abang Amin Hamdani Tanjung dan Abang Ali Imran Tanjung, Kakak Fatimah Tanjung dan Kakak Rida Yani, dan Adik Habibi Tanjung dan Ponakan Elfaza Azkia, Fikri Hamdani dan Faizul Fahmi saya yang selalu mendukung dan memberikan saya semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Abang Zul Asfi Arroyhan yang selalu membantu dan memotivasi saya dalam mengerjakan skripsi ini.
11. Bapak Delvita Hendri selaku ketua dan pengurus Koperasi Palano Jaya yang selalu membantu saya dalam memberi bahan untuk mengerjakan skripsi ini
12. Khaliza Rahmadani dan Jusnanda Putra Tanjung sepasang kekasih yang selalu setia menemani dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Frog Bachelor (Shofya Syahidatin Khadijah, Siti Ramadhani, Faqihuddin elfat, Gilang Tri Pamungkas, Akhi Yoga Tassauri, Romadhani Kudadiri, Khairunnisa dan Auliya Ul Mardiyah) yang memotivasi dan memberi dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Eight Lafies (Julia Rahmadani Nst, Dini Agustin, Ivo Yuliana Tan, Nora Malahayani, Khaliza Rahmadani, Trinita Rezeki Sihotang, dan Sa'dah Nur Aini) yang selalu bertanya kapan sidang sehingga memotivasi saya untuk mengerjakan skripsi ini.
15. Teman-teman angkatan 2014 jurusan Manajemen kelas B dan semua pihak yang telah berkenan membantu saya dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari akan kekurangan sempurna penulisan skripsi. Oleh sebab itu, segala kritik maupun saran sangat penulis harapkan.

Medan, 16 Oktober 2018

Khoiria Rizky Tanjung

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan, dan Kegunaan Penelitian	5
F. Batasan Istilah	5

BAB II: KAJIAN TEORI

A. Perilaku Kewirausahaan.....	7
1. Pengertian Perilaku	7
2. Pengertian Kewirausahaan.....	7
B. Pemasaran	15
1. Pengertian Pemasaran	15
2. Konsep Bauran Pemasaran.....	17
3. Indikator Pemasaran	22
4. Konsep Pemasaran Dalam Islam.....	22
C. Pendapatan	24
1. Pengertian Pendapatan.....	24
2. Indikator Pendapatan	27

D. Penelitian Terdahulu	28
E. Kerangka Teoritis.....	31
F. Hipotesis.....	32

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	32
B. Lokasi dan Waktu penelitian.....	32
C. Jenis dan Sumber Data	32
D. Populasi dan Sampel	33
E. Definisi Operasional.....	34
F. Teknik Pengumpulan Data	35
G. Teknik Analisis Data.....	35
H. Uji Asumsi Klasik.....	36

BAB IV: PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian	41
B. Pembahasan Penelitian.....	59

BAB V: PENUTUP

A. Kesimpulan	62
B. Saran.....	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pendapatan Palano Jaya	3
Tabel 2.1 Ringkasan Hasil Kajian Terdahulu	28
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4.3 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Tingkat Alpha.....	47
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Kewirausahaan.....	47
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Variabel Pemasaran	48
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Variabel Pendapatan	48
Tabel 4.7 Uji Normalitas.....	51
Tabel 4.8 Uji Heteroskedastisitas.....	52
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.10 Uji Model	53
Tabel 4.11 Uji Determinasi (R^2).....	55
Tabel 4.12 Uji Statistik t.....	56
Tabel 4.13 Uji Statistik F.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Histogram Display Normal Curve Pendapatan Palano Jaya	49
Gambar 4.2 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual	50

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Adanya tingkat pengangguran yang tinggi sebagai akibat dari krisis ekonomi yang di Indonesia, memberikan pelajaran berharga tentang perlunya kreativitas dari setiap individu untuk tidak mengandalkan pekerjaan dari orang lain, melainkan menciptakan lapangan pekerjaan yang dapat menyerap tenaga kerja dan menghidupkan kembali roda perekonomian Indonesia. Seperti dalam Al-qur'an surah an-nisa ayat 29,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesama dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha penyayang kepadamu.

Dalam islam juga telah menganjurkan untuk berniaga daripada bekerja kepada orang lain. Dan dalam berwirausaha, pelaku usaha harus pandai dalam berperilaku sehingga dalam memasarkan produk yang dipasarkan dapat tersalurkan oleh konsumen.

Wirausaha merupakan salah satu pendukung yang menentukan maju mundurnya perekonomian, karena bidang wirausaha mempunyai kebebasan untuk berkarya. Jika seseorang mempunyai kemauan dan keinginan serta siap untuk berwirausaha berarti seseorang itu mampu menciptakan lapangan pekerjaan sendiri, dan tidak perlu mengandalkan orang lain maupun perusahaan lain untuk mendapatkan pekerjaan.¹

Kewirausahaan merupakan modal pertama yang ada pada diri manusia. Akan tetapi, kewirausahaan sendiri merupakan konsepsi, maka untuk menerapkan

¹Basuki Ranto, *keirausahaan*, (Jakarta: Grafindo Persada,2007),hl.18.

dalam kegiatan usaha haruslah diwujudkan dalam berbagai perilaku, bisa saja seseorang punya potensi kewirausahaan yang bagus tetapi tidak pernah diwujudkan potensi itu dalam perilaku maka potensi itu hanya tinggal potensi yang tidak punya makna dalam dunia bisnis sebenarnya. kewirausahaan menunjuk pada semangat, sikap dan perilaku sebagai teladan dalam keberanian mengambil resiko yang telah diperhitungkan berdasarkan atas kemauan dan kemampuan sendiri.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan dalam usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Begitu banyak para ahli pemasaran yang berusaha mendefinisikan arti dari pemasaran yang dikemukakan oleh para ahli mempunyai satu kesamaan itu melayani konsumen dan memenuhi kebutuhannya dengan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan.²

Persaingan yang timbul saat ini juga menuntut pengusaha untuk lebih cerdas menyikapinya. Sebagai reaksi atas tuntutan lingkungan tersebut, pelaku usaha perlu berinteraksi dengan lingkungan sebagai bentuk manifestasi bahwa mereka memiliki daya tanggap terhadap lingkungan yang mempengaruhi kehidupan mereka. Reaksi inilah yang dikenal dengan istilah perilaku, yaitu reaksi manusia dalam menanggapi suatu objek atau peristiwa. Dalam hal ini, pemilik usaha/wirausaha berperilaku karena adanya dorongan kebutuhan untuk mempertahankan kelangsungan usahanya. Untuk tujuan tersebut, diperlukan suatu perilaku yang didalamnya mengandung kompetensi yang dibutuhkan untuk keberhasilan usaha dengan kemampuan memanfaatkan peluang usaha dan kesanggupan mengambil resiko. Inilah yang dikenal dengan perilaku kewirausahaan.

Untuk dapat merebut pasar dalam persaingan yang ketat dengan perusahaan lain, maka setiap perusahaan harus mampu menyusun kegiatan usaha dengan tepat terutama dalam bidang pemasaran. Salah satu faktor pendorong keberhasilan suatu usaha dalam penjualannya ialah strategi pemasaran. Pemasaran

²Fred R.David, *Manajemen Strategi, Edisi Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2004), h. 34.

biasanya dihadapkan pada masalah produk, harga, promosi dan tempat yaitu berapa dan bagaimana keempat faktor tersebut ditetapkan, hal ini agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai dengan baik. Kemampuan wirausaha dalam menangani masalah pemasaran menjadi sangat penting demi kelangsungan hidup usaha yang dijalankan dan mencapai tujuan yang ditetapkan.

Persaingan yang ketat diantara pengusaha fotocopy menuntut pengusaha memiliki pemasaran yang baik untuk dapat bertahan. Banyaknya jumlah pengusaha fotocopy membuat harga pun semakin ketat, hal itu jelas berpengaruh terhadap pendapatan para pengusaha. Untuk menghadapi persaingan yang semakin meningkat tersebut, bisnis usaha fotocopy perlu membuat, menyusun, dan menetapkan pemasaran yang tepat dengan tujuan untuk memenangkan persaingan, dan melanjutkan kegiatan usaha atau bisnis tersebut. Salah satu pemasaran yang dapat memenangkan persaingan adalah dengan menyediakan dan menetapkan produk dan harga yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan segmen pasar dan target pasar yang dituju, sehingga pengusaha fotocopy dapat menarik konsumen dan bahkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan.

Palano Jaya Merupakan koperasi yang bergerak dalam bidang simpan pinjam dan penyediaan kebutuhan usaha fotocopy. Dan Palano Jaya merupakan koperasi serba usaha. Pendapatan palano jaya mengalami peningkatan disetiap tahunnya dengan masa kerja 11 tahun yang bisa dikatakan baru, dengan pendapatan yang meningkat diharapkan perilaku kewirausahaan dan pemasaran dapat ditingkatkan lagi. Walaupun pendapatan palano jaya mengalami peningkatan akan tetapi terjadi penurunan dari tahun 2015 ketahun 2016 yang dapat dilihat dari tabel 1.1.

Tabel 1.1 Pendapatan Palano Jaya

Tahun	Pendapatan
2015	Rp 215.810.000
2016	Rp 210. 580.000
2017	Rp 294. 985.500

Dari data diatas terlihat bahwa pada tahun 2015 ketahun 2016 mengalami penurunan pendapatan sebesar Rp 5.230.000 sedangkan dari tahun 2016 ketahun 2017 mengalami peningkatan sebesar Rp 84.405.500.

Berdasarkan fenomena diatas maka penulis tertarik ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Fotocopy Palano Jaya Medan Helvetia”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat di identifikasikan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Perilaku kewirausahaan berpengaruh terhadap pendapatan.
2. Pemasaran berpengaruh terhadap pendapatan.
3. Perilaku kewirausahaan dan pemasaran berpengaruh terhadap pendapatan

C. Batasan Masalah

Guna memperdalam kajian, dan agar tidak keluar dari pembahasan, penelitian ini hanya terfokus pada perilaku ke wirausahaan dan pemasaran terhadap peningkatan pendapatan fotocopy palano jaya.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebelumnya maka di rumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Seberapa besar perilaku kewirausahaan berpengaruh terhadap pendapatan fotocopy palano jaya?
2. Seberapa besar pemasaran berpengaruh terhadap pendapatan palano jaya?
3. Seberapa besar perilaku kewirausahaan dan pemasaran berpengaruh terhadap pendapatan palano jaya?

E. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah di kemukakan sebelumnya maka tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap pendapatan pada fotocopy.
- b. Untuk mengetahui pengaruh pemasaran terhadap pendapatan usaha fotocopy.
- c. Untuk mengetahui pengaruh perilaku kewirausahaan dan pemasaran terhadap pendapatan usaha fotocopy palano jaya.

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagi peneliti, untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis terutama dalam mengaplikasikan ilmu dari bangku kuliah kemasyarakat atau lapangan.
- b. Bagi pengusaha fotocopy, menjadi sumber informasi untuk mengetahui bagaimana berperilaku dalam berwirausaha dan pemasaran
- c. Bagi universitas islam negeri sumatra utara, sebagai tambahan literatur perpustakaan universitas islam negeri sumatra utara dibidang penelitian, khususnya dibidang perilaku kewirausahaan dan startegi pemasaran.
- d. Bagi peneliti lain, sebagai bahan masukan dan informasi bagi pihak lain yang berguna serta dapat memberikan gambaran bagi selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis.

F. Batasan Istilah

Banyaknya faktor-faktor yang mempengaruhi penelitian ini. Untuk memperjelas ruang lingkup yang akan di teliti, maka perlu di buat batasan istilah sebagai berikut:

1. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan dasar sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis.
2. Perilaku kewirausahaan adalah sikap dari pelaku usaha..
3. Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkonsumsikan dan memberi nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan pemangku kepentingan.
4. Subjek yang di teliti adalah perilaku kewirausahaan dan pemasaran terhadap pendapatan.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Perilaku Kewirausahaan

1. Pengertian Perilaku

Perilaku adalah operasionalisasi dan aktualisasi sikap seseorang atau sesuatu kelompok dalam atau terhadap sesuatu (situasi dan kondisi) lingkungan (alam, masyarakat, teknologi atau organisasi), sementara sikap adalah operasionalisasi dan aktualisasi pendirian.¹

Menurut Nedler perilaku adalah fungsi dari interaksi antara individu dengan lingkungannya.²

Menurut Miftah Toha Tingkah laku atau perilaku seseorang individu terbentuk karena adanya suatu interaksi antara seseorang individu dengan lingkungannya, bahwa perilaku adalah suatu fungsi dari interaksi antara seorang individu dengan lingkungannya. Hal ini berarti seorang individu dengan lainnya akan berbeda sesuai dengan lingkungannya masing-masing.

Perilaku manusia juga merupakan hasil daripada segala macam pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya yang berwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap dan tindakan.³

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa konsep dasar perilaku manusia pada hakekatnya merupakan proses interaksi individu dengan lingkungannya sebagai manifestasi bahwa ia adalah makhluk hidup.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa seorang individu dengan lingkungan akan membentuk perilaku secara langsung, baik perilaku dalam berwirausaha atau bisnis.

2. Pengertian Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah pedanan dari kata *entrepreneurship* dalam bahasa Inggris, *entrepreneur* dalam bahasa Jerman, *ondernemen* dalam bahasa Belanda.

¹Yanti Maemunah, *Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha*, (Skripsi: Bandung 2004), h. 20.

²Dirlanudin, *Perilaku Wirausaha dan Keberdayaan Pengusaha Kecil Industri Agro*, (Bogor : Institut Pertanian Bogor, 2010), h. 21

³Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1996), h. 20.

Sedangkan di Indonesia diberinama kewirausahaan. Kata *entrepreneur* atau wirausaha dalam bahasa Indonesia merupakan gabungan dari *wira* (gagah, berani, perkasa) dan *usaha* (bisnis) sehingga istilah *entrepreneur* dapat diartikan sebagai orang yang berani atau perkasa dalam usaha bisnis.⁴

Wirausaha dapat diartikan sebagai sikap seseorang yang memiliki kemampuan dalam menggunakan sumberdaya seperti *finansial*, bahan mentah dan tenaga kerja untuk menghasilkan barang baru, usaha baru, serta proses usaha baru. Kata wirausaha merupakan terjemahan dari kata *entrepreneur*. Kata tersebut berasal dari bahasa Perancis *entreprendre* yang berarti “bertanggung jawab”. Kata *entrepreneur* dan *entrepreneurship* dalam bahasa Inggris, menurut Holt dalam Azzahra berasal dari bahasa Prancis. *Entrepreneur* adalah orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai peluang bisnis, mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan darinya dan bertindak tepat untuk memastikan sukses.

Wirausaha menghindari risiko rendah karena tidak ada tantangannya dan menjauhi stuasi risiko tinggi, kerana mereka ingin berhasil. Parawirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilaikesempatan-kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan dan mengambil tindakan yang tepatguna memastikan sukses. Harta terbesar untuk mempertahankan kemampuan wirausaha adalah sikap positif.

Wirausaha adalah seorang pembuat keputusan yang membantu terbentuknya sistem ekonomi perusahaan yang bebas. Sebagian besar pendorong perubahan, inovasi, dan kemajuan perekonomian berasal dari para wirausaha, orang-orang yang memiliki kemampuan untuk mengambil resiko dan mempercepat pertumbuhan ekonomi.⁵

Menurut Zimmerer, Ciri-ciri kewirausahaan *Desire for responbility*, yakni hasrat bertanggung jawab terhadap usaha-usaha yang tengah dirintisnya yang

⁴Arman Hakim Nasution, dkk.*Entrepreneurship, Membangun Spirit Teknonopreneurship*, (Yogyakarta, 2007), h. 02.

⁵Andi Irawan, *Kewirausahaan UKM Pemikiran dan Pengalaman*, (JawaTimur Graha Ilmu, 2007) , h. 26-27.

diaktualisasikan melalui sikap mawas diri. *Preferense for moderate risk*, yakni kecenderungan untuk senantiasa mengambil resiko yang moderat yang direlaksasikan oleh pilihan keputusannya yang selalu menghindari tingkat resiko yang terlalu tinggi maupun yang terlalu rendah. *Confidence in their ability to success*, yakni dimilikinya keyakinan atas kemampuan dirinya untuk sukses yang direlaksasikan melalui moto bahwa kegagalan itu tak lain adalah sukses yang tertunda.⁶

Maka perilaku kewirausahaan dapat diartikan sebagai aktivitas atau kegiatan dari seorang wirausaha yang dibina oleh enam ciri utama yaitu percaya diri, berani mengambil resiko, berorientasi tugas hasil, kepemimpinan, serta berorientasi ke masa depan untuk tercapainya tujuan. Menurut Suryana bahwa seseorang yang memiliki jiwa kewirausahaan ditandai oleh pola-pola tingkah laku antara lain inovatif, keberanian menghadapi resiko, ambisi mencari peluang.⁷

a. Upaya Pengembangan Perilaku Kewirausahaan

Perilaku kewirausahaan yang dimiliki oleh seorang wirausaha pada kenyataannya memang perlu dikembangkan, misalnya dengan menambah pengetahuan wawasan. Penambahan pengetahuan dan wawasan itu seharusnya dilakukan secara bertahap dan terus menerus melalui proses belajar. Terkadang setiap proses belajar itu tidak disadari sebagai alat dalam mengembangkan perilaku kewirausahaan, karena biasanya itu dianggap sebagai bagian dari pengalaman. Padahal pengalaman itu sendiri dapat dijadikan cermin untuk selalu menentukan yang terbaik di masa yang akan datang. Dengan pengalaman-pengalaman itu pula setiap wirausaha diharapkan selalu belajar dan belajar untuk menambah pengetahuannya.

Umpan balik dan evaluasi dari pelanggan mengenai jasa dan pelayanan wirausaha terhadap pelanggan merupakan hal yang terpenting dari dalam keempat proses tersebut. Hal ini disebabkan karena dari umpan balik tersebut setiap

⁶Zimmerer, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, (Jakarta: Salemba Empat, 2005), h. 6

⁷Suryana, *Kewirausahaan, Pedoman Praktis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2003), h. 12.

wirausaha akan selalu mampu menilaidiri sendiri dan memperbaiki kekurangan kekurangan, baik pembentukan profil pribadi, penugasan, penelitian, pengembangan maupun dari aspek pemasarannya.⁸

b. Prinsip-Prinsip Akhlak Wirausahawan

Berakhlak baik adalah sifat utama manusia yang sangat ditekankan oleh Islam. Ia merupakan buah dari setiap ibadah yang dilakukan oleh manusia. Tanda-tanda kesempurnaan seseorang juga diukur dari baiknya akhlak seseorang. Bahkan, akhlak yang baik dapat menempatkan seseorang pada tingkat tertinggi di hadapan manusia.

Setiap wirausahawan muslim hendaknya berkomitmen dengan akhlak dan adab Islam. Karena sebenarnya mereka mampu untuk menerapkannya dalam setiap tanggung jawab kekhilafahan di muka bumi ini, yang mestinya berbeda dengan manusia pada umumnya, dengan akhlak mulia, seorang wirausahawan akan mampu meraih prestasi tertinggi. Allah akan turut, membantunya dengan membukakan hati hamba-Nya yang lain sebagai pintu rezeki yang dianugerahkan kepadanya. Dan pintu itu mungkin terbuka kecuali atas kehendak-Nya.

Dimensi keimanan mempunyai peran yang sangat besar dalam membentuk pola interaksi. Oleh karena itu, agar dimensi ini bisa memberikan dampaknya, maka ia harus dapat menjadi karakter seseorang dalam setiap aktivitas usahanya. Hal itu bisa terjadi jika seseorang siap untuk menghiasi dirinya dengan serangkaian prinsip dasar akhlak, yang akan kami jelaskan sebagai berikut.⁹

1. Jujur

Jujur adalah sifat utama dan akhlak muslim yang tinggi nilainya. Ia harus dipandang teguh dalam setiap urusan dan persoalan. Ia merupakan tiang utama

⁸Azwar.s, *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2008), h. 15.

⁹Zuhrinal M. Nawawi, *Kewirausahaann Islami*, (Medan, FEBI UIN-SU Press, 2015), h.17.

yang kokoh untuk menompang karakter seorang muslim. Ia juga merupakan sarana untuk memperbaiki kinerja seseorang, menghapus dosa, dan mengantarkan seorang muslim masuk surga.

Dalam sebuah hadist di riwayatkan,” Hendaklah kelen berlaku jujur, sebab kejujuran itu mengantarkan kepada kebaikan. Dan kebaikan itu mengantarkan ke surga. Dan seseorang masih tetap berlaku jujur, dan membiasakan diri dengan kejujuran, hingga dicatat disisi Allah sebagai orang yang jujur.”

2. Amanah

Islam menginginkan agar para usahawan menghidupkan mata hati mereka, sehingga mereka bersedia menjaga hak-hak Allah dan hak-hak manusia. Juga menjaga diri semaksimal mungkin agar tidak lalai terhadap kewajibannya. Maka, wajib baginya untuk tampil sebagai orang yang bisa di percaya oleh dirinya sendiri dan orang lain. Tidak boleh menyepelekan atau tidak memperhatikan hak yang telah Allah amanahkan kepadanya. Hal ini merupakan tanggung jawab yang sangat besar, yang membuat semua mahluk lain angkat tangan.

Diantara makna amanah addalah ketika seorang wirausahawan bisa dipercaya dalam takaran dan timbangan. Ia tidak akan mengurangi timbangan dan barang-barang dagangan, sehingga tidak merugikan pelanggannya. Allah SWT berfirman:” Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang. (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi. Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi,. Tidaklah orang-orang itu menyangka, bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan. Pada suatu hari yang besar. (Yaitu) hari (ketika) manusia berdiri mengahap Tuhan semesta alam.” (al-Muthaffifin: 1-6).

Di antara makna amanah juga adalah ketika seorang penjual mengatakan dengan terus terang mengenai keuntungan yang dia dapat dari penjualannya, jika usahanya dijalankan dengan cara murabahah. Hendaknya seorang pedagang mengatakan cacat dari barang yang dia jual kepada pembelinya, bila memang ada cacatnya.

Pada perinsipnya, menawarkan barang kepada pembeli dengan menyembunyikan cacat yang ada pada barang tersebut tidaklah akan menambah rezeki seseorang. Harta tidak akan bertambah dengan berlaku khianat sebagaimana juga tidak akan berkurang karena berlaku jujur.

Orang yang berakal lebih tahu bahwa keuntungan akhirat adalah keuntungan abadi. Dan hal ini jauh lebih baik daripada keuntungan dunia dan seisinya. Keuntungan harta dunia hanya akan habis dengan sehabisnya umur manusia, sementara kezaliman seseorang dan dosanya akan tetap abadi. Dan sumber kebaikan itu hanya ada pada keselamatan agama.

3. Toleran

Sikap toleran adalah pembukuan pintu rezeki dan jalan untuk memperoleh kehidupan yang mapan dan aman. Di antara manfaat bersikap toleran adalah dipermudah dalam transaksi, dipermudah dalam interaksi, dan dipercepat perputaran modalnya oleh Allah SWT. Rasulullah SAW bersabda dalam sebuah hadist, “ Allah akan mencurahkan rahmat kepada orang yang toleran ketika menjual, toleran ketika membeli, dan toleran ketika menagih hutang.

Pedagang yang banyak melakukan transaksi jual beli meskipun untungnya sedikit. Akan membuat dia mampu berinteraksi dengan konsumen secara maksimal, dan membuat persentase perputaran modalnya akan berlipat ganda. Dengan demikian, akan nampak adanya keberkahan. Di waktu yang sama, ia mampu menggabungkan antara keuntungan dunia dan keuntungan akhirat. Islam tidak menentukan batas keuntungan dalam jual beli, namun setiap wirausahawan muslim hendaknya memperhatikan ruh keadilan dalam

menentukan batas keuntungannya dan oleh karena itu, islam menyeru semua manusia kepada keadilan.

Diantara makna toleran adalah ketika seorang wirausahawan dalam posisi sebagai pembeli mau menerima permintaan maaf seorang penjual yang lemah atau fakir, ketika dia merasa telah menipunya. Sikap demikian akan menyelamatkannya dari jarat penghambatan terhadap harta.

Makna toleran juga adalah ketika seorang wirausahawan berupaya melunasi hutang yang dia miliki. Dia tidak ingin tertolong dalam orang-orang yang memakan harta orang lain dengan cara bathil, baik harta itu berasal dari bank atau dari harta perorangan. Dia berusaha keras untuk melunasi hutang-hutangnya pada waktu yang telah dijanjikan. Seorang wirausahawan memberikan kemudahan kepada para penghutang yang kesulitan. Dia berusaha untuk tetap bersikap baik kepada mereka pada suatu waktu dia bisa memberikan toleransi dengan menghapus sebagian, dan sekali dia memberikan perpanjangan waktu.

4. Menepati Janji

Islam adalah agama yang sangat menganjurkan setiap penganutnya untuk menepati akad dan perjanjian dan semua bentuk komitmen yang telah disepakati. Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۖ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ
غَيْرِ مُحْلِي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

“Hai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.” (al-Maidah:1).

Islam menegaskan agar setiap muslim memenuhi janjinya selama perjanjian tersebut sesuai dengan garis-garis ajaran syariat. Hal ini dibuktikan ketika islam menganjurkan agar setiap muslim mencari berbagai macam metode tautsiq (penetapan kepercayaan) termasuk di dalamnya dengan tulisan.

Dengan demikian, memperkuat perjanjian dan menuliskannya, mengambil saksi atasnya, dan meminta jaminan untuk memeliharanya, merupakan langkah yang sangat penting dalam rangka melanggengkan proses transaksi dan pemenuhan hak. Dan hal-hal ini di atas juga akan berguna untuk menutup celah persengketaan dan perselisihan antar individu. Allah SWT telah memberikan pengecualian untuk perdagangan tunai yang umumnya membutuhkan kecepatan dan kemudahan.

Menjadi penting bagi para wirausahawan untuk memerhatikan komitmen dalam masalah tautsiq ini. kelalaian komitmen dalam masalah ini akan memberikan imbas pada munculnya masalah dalam transaksi mereka. Sehingga jika telah datang waktu untuk menghitung hasil usaha, maka suara yang keluar dari lisam mereka adalah suara yang saling melemparkan tuduhan. Hal ini sebagai akibat dari tidak adanya ‘penguatan’ (tautsiq) dalam perjanjian. Seandainya mereka menyertakannya dalam perjanjian mereka maka tidak akan terjadi peristiwa semacam itu. Dan setiap pihak akan merasa rela dengan yang lainnya.

c. Indikator Perilaku Kewirausahaan

1) Inovatif

Inovatif adalah kemampuan untuk menetapkan kreativitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang dan merupakan fungsi utama dalam proses kewirausahaan.

2. Keberanian menghadapi resiko

Keberanian menghadapi resiko dalam menghadapi suatu tantangan dipengaruhi oleh kepercayaan diri. Semakin besar keyakinan seseorang

pada kemampuan sendiri maka semakin besar keyakinan orang tersebut akan kesanggupan untuk memengaruhi hasil dan keputusan, dan semakin besar pula kesediaan seseorang untuk mencoba apa yang menurut orang lain adalah resiko.

3. Ambisi mencari peluang

Ambisi adalah keinginan yang kuat untuk mencapai sesuatu arah atau tujuan tertentu seperti mencari peluang agar usaha dapat berkembang sesuai keinginan.

B. Pemasaran

a. Pengertian Pemasaran

Menurut William J. Stanton pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.¹⁰

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan dalam usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Begitu banyak para ahli pemasaran yang berusaha mendefinisikan arti dari pemasaran yang dikemukakan oleh para ahli mempunyai satu kesamaan yaitu melayani konsumen dan memenuhi kebutuhannya dengan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan.¹¹

Menurut Basu Swastha DH pemasaran adalah system keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi, sedangkan menjual adalah ilmu dan seni

¹⁰Drs. Danang Suyanto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta : Center Of Academic Publishing Service, 2014), h. 18

¹¹Fred R. David, *Manajemen Strategi, Edisi Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2004), h. 34.

mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan.

Pengertian ketiga penulis di atas mengandung beberapa kesimpulan, yaitu:

- a. Pemasaran adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan langganan melalui proses pertukaran dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan.
- b. Pemasaran adalah kegiatan perusahaan dalam membuat rencana, menentukan harga, promosi, serta mendistribusikan barang dan jasa.
- c. Pemasaran berorientasi pada langganan yang adadan potensial.
- d. Pemasaran tidak hanya bertujuan memuaskan kepentingan pihak-pihak yang terlibat di dalamnya, seperti kesejahteraan social, karyawan, dan kepentingan masyarakat sekitarnya.
- e. Program pemasaran itu dimulai dengan sebuah ide tentang produk baru (barang, jasa, ide, pribadi atau tempat) dan tidak berhenti sampai keinginan konsumen benar-benar terpuaskan.¹²

Jadi pemasaran adalah bagaimana memuaskan kebutuhan pelanggan. Jika pemasaran memahami kebutuhan pelanggan dengan baik, mengembangkan produk yang mempunyai nilai superior dan menetapkan harga, mendistribusikan dan mempromosikan produknya dengan efektif, produk-produk tersebut akan terjual dengan mudah.¹³ Strategi Pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya.

Dari uraian di atas maka kita dapat merasakan bahwa kita semua selalu akan terlibat dalam kegiatan pemasaran bisnis yang beraneka ragam jenisnya sebanyak ragam atau jenis kebutuhan kita. Semakin banyak ragam jenis kebutuhan kita maka sebanyak itu pulalah jenis kegiatan pemasaran itu adanya. Hal ini disebabkan karena pada hakikatnya pemasaran adalah suatu kegiatan bisnis yang merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia, organisasi ataupun masyarakat luas. Insan bisnis (Businessman) akan

¹²*Ibid*, h. 19.

¹³Sunarji Harahap, *Menejemen Pemasaran*, (Medan : Febi UIN-SU, 2016), h. 16-18.

selalu melihat adanya kebutuhan masyarakat, baik perorangan, rumah tangga ataupun kebutuhan organisasi ataupun mencoba untuk melayaninya dengan baik sehingga masyarakat menjadi puas dan senang karenanya. Dari kepuasan itulah pengusaha akan mendapatkan keuntungan dan kemudian keuntungan tersebut akan digunakannya untuk mengembangkan bisnis atau usahanya agar menjadi lebih luas lagi sehingga dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas ataupun untuk membuka bisnis baru bagi kebutuhan golongan masyarakat yang lain lagi.¹⁴

b. Konsep Bauran Pemasaran

Menurut Basu Swastha definisi bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kombinasi dari 4 variabel atas kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan yaitu produk, struktur harga, kegiatan promosi dan sistem distribusi.¹⁵ Sedangkan menurut Kotler dan Keller yang di terjemahkan oleh Benyamin Molan, Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran yang digunakan untuk mengejar tujuan perusahaannya.¹⁶

Adapun variabel bauran pemasaran tersebut yaitu :

a. *Product* (Produk)

Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk di beli, digunakan atau di konsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.¹⁷

Strategi produk yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam mengembangkan produknya yaitu¹⁸:

1) Penentuan Logo dan Motto

¹⁴Indriyo Gitosudarm, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta : PT Gramedia Pustaka, 2012), h. 10.

¹⁵Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedelapan*, (Jakarta: Penerbit Liberty, 2007), h. 42

¹⁶Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1*, (Jakarta: PT. Indeks), h. 35.

¹⁷Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Milenium*, (Jakarta: Prehallindo, 2002), h. 52

¹⁸Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta : Prenada Media, 2003), h.78

Logo merupakan ciri khas suatu produk, sedangkan motto merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan visi dan misi perusahaan dalam melayani masyarakat. Baik logo ataupun motto harus dirancang dengan benar, pertimbangan pembuatan logo dan motto yaitu: logo dan motto harus menarik dan mudah diingat.

2) *Menciptakan Merek*

Merek produk merupakan suatu tanda atau simbol yang memberikan identitas suatu produk tertentu yang dapat berupa kata-kata, gambar atau kombinasi keduanya. Tidak lupa harus memperhatikan faktor-faktor dalam menciptakan merek agar lebih menarik merek harus mudah diingat, terkesan hebat dan modern serta menarik perhatian konsumen.

3) *Menciptakan Kemasan*

Kemasan merupakan pembungkus suatu produk, penciptaan kemasan pun harus memenuhi berbagai persyaratan seperti kualitas kemasan, bentuk dan warna dari kemasan tersebut.

4) *Keputusan Label*

Label merupakan sesuatu yang di lekatkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan. Label harus menjelaskan siapa yang membuat, dimana dibuat, kapan dibuat, cara menggunakan, waktu kadaluarsa dan informasi lainnya.

b. Price (Harga)

Harga adalah jumlah yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Penentuan harga sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab ketidaknyamanan produk dan jasa yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan dapat berakibat tidak lakunya produk tersebut dipasar¹⁹. Oleh karena itu penentuan harga oleh suatu perusahaan dimaksudkan dengan berbagai tujuan yang

¹⁹Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Cetakan 8*, (Jakarta : Penerbit Liberty, 2002), h.147

hendak dicapai, tujuan penentuan harga secara umum adalah sebagai berikut²⁰:

1. *Untuk Bertahan Hidup*

Dalam hal ini tujuan menentukan harga semurah mungkin dengan maksud agar produk atau jasa yang ditawarkan laku di pasaran, dengan catatan harga murah tapi masih dalam kondisi yang menguntungkan.

2. *Untuk Memaksimalkan Laba*

Tujuan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.

3. *Untuk Memperbesar Market Share.*

Penentuan harga ini dengan harga yang murah sehingga diharapkan jumlah pelanggan meningkatkan dan diharapkan pula pelanggan pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.

4. *Mutu produk*

Tujuan adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi atau lebih tinggi dari kualitas pesaing. Biasanya harga ditentukan setinggi mungkin. Karena masih ada anggapan bahwa produk yang berkualitas adalah produk yang harganya lebih tinggi dari harga pesaing.

5. *Karena pesaing*

Dalam hal ini penentuan harga dengan melihat harga pesaing. Tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing.

c. Promotion (Promosi)

Promosi merupakan kegiatan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka mengetahui dan mengenal produk yang di tawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka tertarik ingin mencoba lalu membeli produk

²⁰*Ibid*, h. 108

tersebut²¹. Kegiatan promosi ini perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan pelanggan dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu promosi merupakan cara yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru²².

Lima sarana promosi utama Kotler dan Amstrong adalah sebagai berikut²³:

1. Periklanan (*advertising*)

Kegiatan promosi yang digunakan oleh perusahaan guna menginformasikan, menarik dan mempengaruhi calon konsumennya menggunakan brosur, spanduk, iklan di media cetak, tv maupun radio.

2. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Agar konsumen tertarik membeli produk atau jasa yang ditawarkan maka perlu dilakukan promosi yang menarik seperti pemberian harga khusus atau discount untuk produk tertentu, memberikan undian kepada pembeli yang membeli dalam jumlah tertentu atau memberikan cinderamata kepada pembeli.

3. Publisitas (*publicity*)

Publisitas adalah kegiatan promosi untuk memancing konsumen melalui kegiatan seperti pameran dan bakti sosial. Kegiatan publisitas bertujuan untuk membuat pamor perusahaan baik dimata konsumennya.

4. Penjualan Personal (*personal selling*)

Presentasi pribadi oleh salesman atau salesgirl perusahaan untuk tujuan menghasilkan penjualan dan membangun hubungan dengan konsumen.

²¹ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran, Edisi II BPFE*, (Yogyakarta : Erlangga, 200), h.237

²²Hermawan, *Marketing*, (Jakarta : Gramedia, 2002) h.12 &14

²³*ibid*, h.

5. Pemasaran langsung (*direct marketing*)

Hubungan langsung dengan konsumen individual yang ditargetkan secara cermat untuk memperoleh respons segera dan membangun hubungan pelanggan yang langgeng. Bauran promosi ini digunakan untuk mengkomunikasikan kegiatan perusahaan kepada konsumen. Komunikasi yang efektif akan mengubah tingkah laku konsumen dan akan memperkuat tingkah laku yang telah diubah sebelumnya.

d. *Place* (Tempat)

Tempat adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi sasaran. Tempat merupakan saluran distribusi yaitu serangkaian organisasi yang saling tergantung yang saling terlihat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Perusahaan sebaiknya memilih tempat yang mudah dijangkau dengan kata lain strategis²⁴.

Kotler dan Armstrong juga menambahkan dalam pemasaran jasa memiliki alat pemasaran tambahan seperti *people* (manusia), *physical evidence* (fasilitas fisik) dan *process* (proses), sehingga dikenal dengan istilah 7P.

e. *People* (Manusia)

Yaitu orang yang ikut terlibat baik langsung maupun tidak langsung pada proses layanan itu sendiri. Elemen dari manusia adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain. Semua sikap dan tindakan yang dilakukan karyawan akan mempengaruhi keberhasilan penyampaian jasa.

f. *Physical Evidence* (Sarana Fisik)

Hal nyata yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Contoh situasi dan kondisi

²⁴Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II, Edisi kesebelas*, (Jakarta:PT. Indeks Gramedia), 2006, h. 63

lingkungan, bangunan, geografi, dekorasi ruangan, cahaya yang terpancar, suara dan aroma, cuaca, yang dijadikan sebagai obyek stimuli²⁵.

g. *Process* (Proses)

Proses adalah aliran aktivitas atau alur kerja suatu produk atau jasa. Proses dalam jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti pelanggan jasa akan senang merasakan sistem penyerahan jasa sebagai bagian jasa itu sendiri. Dari penjelasan diatas mengenai bauran pemasaran, dapat diambil kesimpulan bahwa bauran pemasaran memiliki variabel yang saling berpengaruh satu sama lain dalam penjualan karena variabel tersebut dapat mempengaruhi minat konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

c. Indikator Pemasaran

- 1) *Product* (produk)²⁶
- 2) *Price* (harga)²⁷
- 3) *Place* (tempat)²⁸
- 4) *Promotion* (promosi)²⁹

d. Konsep Pemasaran Dalam Islam

Pemasaran dalam islam adalah bentuk yang dibenarkan dalam islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syariah. Sedangkan menurut Kertajaya dan Sula syariah marketing adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholders-nya,

²⁵Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi 13 jilid 1*. (Jakarta:Erlangga, 2012), h. 62

²⁶Herry Achmad Buchory *Dasar-dasar Pemasaran Bank*, (Bandung : Dind Karya, 2006), h. 45.

²⁷*Ibid.*, h. 147.

²⁸*Ibid.*, h. 61.

²⁹Nur Riyanto Al Arif, *.Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (bandung,:Alvabeta, 2010), h. 169.

yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam islam.³⁰

Allah mengingatkan agar senantiasa menghindari perbuatan zalim dalam berbisnis termasuk dalam proses penciptaan, penawaran dan proses perubahan nilai dalam pemasaran. Sebagaimana firman Allah dalam surat Shaad : 24, yang berbunyi :

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نِعْمَتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ ۖ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي
بِعَضُّهُمْ عَلَىٰ بَعْضِ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۗ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا
فَتَنَاهُ فَاسْتَعْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ

Daud berkata:”Sesungguhnya dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya, dan Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh, dan Amat sedikitlah mereka ini”.(Q.S.Shaad:24)³¹

Menurut Yusuf Qhardawi syariah pemasaran adalah segala aktivitas yang dijalankan dalam kegiatan berbentuk kegiatan penciptaan nilai (value creating activities) yang memungkinkan siapa pun yang melakukannya bertumbuh serta mendayagunakan kemanfaatannya yang dilandasi atas kejujuran, keadilan, keterbuktian, dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah islami atau perjanjian transaksi dalam islam.³²

Ada 4 hal yang setidaknya berkaitan dengan konsep pemasaran berorientasi islam, seperti yang disebutkan Ali Hasan, yaitu:

³⁰Hermawan Kertajaya, M Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2006), h.09.

³¹Dapartemen Agama, *Al-Quran dan Terjemah*, (Surabaya: Tri Karya, 2004).

³²Yusuf Qhardawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta:GemaInsani Press, 1997), h.11.

- a. Kebutuhan dan keinginan untuk memperoleh produk (permintaan) tidak diperbolehkan dengan cara batil (bohong, tipu, curi, rampok, korupsi).
- b. Untuk memperolehnya harus dilakukan melalui pertukaran (barang dari marketer-uang dari konsumen) proses pertukaran unit (barang dan uang) inilah yang disebut transaksi yang dilakukan dengan cara suka sama suka.
- c. Proses jual beli atau berbisnis ini terjadi pada sejumlah kumpulan orang (pasar) sebagai tempat terjadinya pertukaran transaksi.
- d. Kesusaian harga (pengorbanan biaya yang dikeluarkan oleh konsumen) dengan fisik produk.³³

C. Pendapatan

1. Pengertian pendapatan

Pendapatan merupakan suatu unsur penting dalam perekonomian yang berperan meningkatkan derajat hidup orang banyak melalui kegiatan produksi barang dan jasa. Besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaannya. Pendapatan adalah uang yang diterima oleh seseorang dan perusahaan dalam bentuk gaji, upah, laba dan lain sebagainya. Bersama-sama dengan tunjangan pengangguran, uang pensiun, dan lain sebagainya.

Menurut Firdausa Pendapatan dapat diuraikan sebagai keseluruhan penerimaan yang diterima pekerja, buruh, atau rumah tangga, baik berupa fisik maupun non fisik selama ia melakukan pekerjaan pada suatu usaha instansi atau pendapatan selama ia bekerja atau berusaha. Setiap orang yang bekerja akan berusaha untuk memperoleh pendapatan dengan jumlah yang maksimum agar bisa memenuhi kebutuhan hidupnya.³⁴

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah suatu jumlah yang diperoleh dari hasil penjualan barang atau jasa yang dilakukan oleh suatu usaha.

³³Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor :Ghalia Indonesia, 2010), h.13.

³⁴Firdausa, *Pengantar Akutansi Edisi 4* ,(Jakarta, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2013), h. 20.

Menurut Echern pendapatan merupakan hasil yang dapat karena seseorang telah berusaha sebagai ganti atas jerih payah yang telah dikerjakan. Pendapatan yaitu pendapatan yang diperoleh dari jumlah produk fisik yang dihasilkan dikalikan dengan harga jualnya atau dalam persamaan matematik dapat dinyatakan³⁵

$$TR = PXQ$$

Dimana: 0

TR : Penerimaan total atau pendapatan

P : Harga jual produk

Q : Jumlah produk yang dijual

Menurut Mulyadi pendapatan bersih merupakan pendapatan bruto setelah dikurangi dengan biaya-biaya dalam proses produksi, biaya yang dimaksud disini adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang dikeluarkan saat proses produksi berlangsung demi menghasilkan suatu produk tertentu. Biaya-biaya ini merupakan pengorbanan yang secara ekonomis tidak dapat dihindari dalam proses produksi.³⁶

Pendapatan adalah hasil penjualan barang, sedangkan pendapatan usaha kecil sebagai hasil yang diperoleh pengusaha dalam mengorganisasikan faktor-faktor produksi yang dikelolanya, untuk menghitung pendapatan, bisa digunakan rumus sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

Dimana:

π = Total pendapatan

TR = Total penerimaan dari pendapatan

TC = Total biaya yang dikeluarkan

Setiap pengusaha memproduksi barang dan jasa dengan tujuan memperoleh laba atau menghindari kerugian dan untuk mengukur tingkat pendapatan dapat dicerminkan oleh jumlah barang dan jasa yang dihasilkan oleh produsen. Apabila jumlah barang dan jasa yang dihasilkan lebih banyak dan

³⁵William, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Stratei*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001), h.98.

³⁶Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, (Yogyakarta: Universitas Gaja Mada, 1990), hl.7.

mempunyai nilai jual yang tinggi dan biaya produksi rendah, maka dengan sendirinya tingkat keuntungan yang akan diperoleh akan tinggi pula.

Tingkat pendapatan merupakan alat untuk mengukur tinggi rendahnya tingkat kemakmuran suatu masyarakat. Demikian pula tingkat kemakmuran suatu negara dapat dilihat dari pendapatan perkapita dari penduduk negara tersebut, disamping perlu dilihat pula distribusi dari pendapat itu sendiri.

Menurut Sukirno Pendapatan atau keuntungan ekonomi adalah pendapatan yang diperoleh pengusaha setelah dikurangi oleh ongkos tersembunyi. Pendapatan merupakan hasil yang didapat dari kegiatan usaha seseorang sebagai imbalan atau kegiatan yang dilakukan pengusaha sebagai pimpinan usaha dapat mengambil keputusan-keputusan untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi.

Menurut Boediono pendapatan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain dipengaruhi:³⁷

- a) Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki yang bersumber pada hasil-hasil tabungan tahun ini dan warisan atau pemberian.
- b) Harga per unit dari masing-masing faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi.
- c) Hasil kegiatan anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan.

Pendapatan terbagi dua macam, yaitu pendapatan perorangan dan pendapatan (disposable). Pendapatan perorangan adalah pendapatan yang dihasilkan oleh atau dibayarkan kepada perorangan sebelum dikurangi dengan pajak penghasilan perorangan. Sebagian dari pendapatan perorangan dibayarkan untuk pajak, sebagian ditabung oleh rumah tangga, yaitu pendapatan perorangan dikurangi dengan pajak penghasilan. Pendapatan disposable merupakan jumlah pendapatan saat ini yang dapat dibelanjakan atau ditabung oleh rumah tangga; yaitu pendapatan perorangan dikurangi dengan pajak penghasilan.

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah suatu jumlah yang diperoleh dari hasil penjualan barang atau jasa yang dilakukan oleh suatu usaha.³⁸

³⁷ Boediono, *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2002), h.150.

³⁸Sukirno, Sadono, *Pengantar MikroEkonomi*, (Jakarta: GrafindoPersada, 2003), h. 38.

Tujuan pokok didakannya usaha adalah untuk memperoleh pendapatan, dimana pendapatan tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kelangsungan hidup usaha perdagangannya. Pendapatan yang diterima adalah dalam bentuk uang, dimana uang adalah merupakan alat pembayaran atau alat pertukaran.³⁹

2. Indikator Pendapatan

Indikator yang dapat memaksimumkan penerimaan pendapatan suatu usaha adalah:

a. Penjualan

Penjualan merupakan aktivitas atau bisnis menjual produk atau jasa. Dalam proses penjualan, penjual atau penyedia barang dan jasa memberikan kepemilikan suatu komoditas kepada pembeli untuk suatu harga tertentu.

b. Lama Usaha

Lama pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya sehingga dapat menambah efisiensi dan menekan biaya produksi lebih kecil dari pada penjualan.

c. Jam Kerja Pengusaha

Analisis Jam kerja merupakan bagian dari teori ekonomi mikro, khususnya pada teori penawaran tenaga kerja yaitu tentang kesediaan individu untuk bekerja dengan harapan memperoleh penghasilan atau tidak bekerja dengan konsekuensi mengorbankan penghasilan yang seharusnya didapatkan.

D. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini dicantumkan hasil kajian atau penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Tujuan mencantumkan kajian

³⁹Samuelson, Paul A, Ilmu Ekonomi, (Jakarta: PT Media Edukasi, 2004), h. 39.

terdahulu adalah untuk menunjukkan penelitian yang memiliki persamaan yang akan diteliti, di antaranya oleh Harkemri Sibuea 2015, Yuni wulansari 2014, Rio Iman Luther Ginting 2017, dan Danang Faizal Furqon 2017. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang relevan terhadap penelitian yang dilakukan. Bisa dilihat dari tabel berikut:

Tabel 2.1
Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu

Penulis	Judul	Hasil Penelitian
Harkemri Sibuea (2015) Dosen Kewirausahaan UIN Suska Riau	Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Pengusaha Reklame di Jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru	Perilaku kewirausahaan dan strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap keberhasilan usaha. Besarnya kontribusi perilaku kewirausahaan dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha pengusaha reklame di jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru adalah sebesar 62,4%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti permodalan, bahan baku, keterampilan, kemampuan manajerial dan lingkungan persaingan. Hal ini menunjukkan bahwa para pengusaha reklame di jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru harus mengoptimalkan perilaku kewirausahaan dan strategi pemasaran untuk meningkatkan keberhasilan usaha.
Yuni wulansari	Pengaruh Perilaku Kewirausahaan,	Diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,177 atau 17,70%, artinya

(2014)	Pemasaran dan Daya saing Terhadap Pendapatan Pengusaha Industri sablon Kaos,	besarnya sumbangan (kontribusi) variable bebas perilaku kewirausahaan (X1), pemasaran (X2) dan daya saing (X3) terhadap variable dependen pendapatan pengusaha (Y) sebesar 17,70%, dan sisanya sebesar 82,23% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh temuan bahwa secara simultan maupun secara parsial variabel perilaku kewirausahaan dan pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pengusaha, sedangkan variabel daya saing tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pengusaha.
Rio Iman Luther Ginting (2017)	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah (UKM di Kelurahan Karang Berombak Medan)	Hasil yang didapat dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan Pengetahuan Kewirausahaan dan Karakteristik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah di Kelurahan Karang Berombak. Secara parsial menunjukkan bahwa Pengetahuan Kewirausahaan dan Karakteristik Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan
Danang Faizal Furqon (2017)	Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, dan Sikap Kewirausahaan Terhadap Pendapatan	(1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan modal usahaterhadap pendapatan pengusaha, dibuktikan dengan nilai t hitung

	<p>nPengusahaLantingLe mahDuwur, KecamatanKuwarasan , KabupatenKebumen,</p>	<p>> t tabel (2,481>1,995), signifikansi 0,016<0,05;dan koefisien regresi sebesar 0,076;</p> <p>(2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan lama usaha terhadap pendapatan pengusaha lanting, dibuktikan dengan nilai hitung > t tabel (4,818>1,995), signifikansi 0,000<0,05;dan koefisien regresi sebesar 457888,948;</p> <p>(3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan sikap kewirausahaan terhadap pendapatan pengusaha lanting, dibuktikan dengan nilai hitung > t tabel (3,814>1,995), signifikansi 0,000<0,05;dan koefisien regresi sebesar 240644,182; dan</p> <p>(4) terdapat pengaruh signifikan modal usaha, lama usaha, dan sikap kewirausahaan secara bersama-sama terhadap pendapatan pengusaha lanting, dibuktikan dengan nilai F hitung > F tabel (35,574>2,74); nilai signifikansi 0,000<0,05; dan R² sebesar 62,1%.</p>
--	---	---

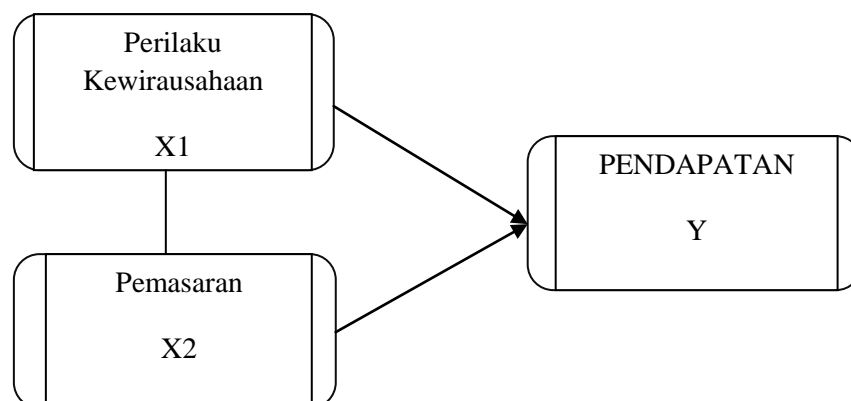
E. Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis merupakan gambaran pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini yaitu Pengaruh

Perilaku Kewirausahaan dan Pemasaran Terhadap Pendapatan. Dalam penelitian ini yaitu Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Pemasaran Terhadap Pendapatan. Dengan gambaran sebagai berikut:

Hubungan perilaku kewirausahaan dengan pemasaran terhadap pendapatan ini adalah persaingan dan perkembangan dunia usaha yang semakin kuat dan tujuan sehingga untuk meningkatkan usaha diperlukan penanganan yang serius dari setiap pengusaha untuk dapat bersaing dengan pengusaha lain. Dimana perilaku kewirausahaan dan pemasaran dalam usaha menjadi upaya untuk meningkatkan pendapatan. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku kewirausahaan dan pemasaran dalam berwirausaha sangat penting dimiliki oleh setiap pengusaha guna untuk mendukung tercapainya suatu usaha.

Variabel bebas (independen variabel) atau variabel yang mempengaruhi variabel lain adalah pengaruh perilaku kewirausahaan dan pemasaran dan variabel terkait (dependent) atau variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain adalah pendapatan. Sebuah usaha yang menginginkan pemasarannya meningkat, maka pengusaha tersebut harus memperhatikan perilaku kewirausahaan dan pemasarannya, karena hal tersebut sangat mempengaruhi pendapatan pada pengusaha fotocopy tersebut.



Gambar 2.1
Kerangka Teoritis

F. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang diturunkan melalui teori terhadap masalah penelitian. Hipotesis adalah suatu pernyataan yang masih harus diuji kebenarannya secara empiris. Hipotesis merupakan gabungan dari kata “*hipo*” yang artinya dibawah, dan “*tesis*” yang artinya kebenaran. Secara keseluruhan hipotesis berarti dibawah kebenaran (belum tentu benar) dan baru dapat diangkat menjadi suatu kebenaran jika memang telah disertai dengan bukti-bukti. Maka hipotesis dalam penelitian ini adalah pengalaman pengusaha fotocopy yang terdiri dari perilaku kewirausahaan dan pemasaran terhadap laba usaha fotocopy palano jaya.

Berdasarkan uraian kajian teoritis dan kerangka berpikir yang telah diuraikan, maka penulis memberikan hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H_{a1}: Adanya pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap pendapatan usaha fotocopy palano jaya.

H_{o2}: Tidak ada pengaruh antara perilaku kewirausahaan terhadap pendapatan palano jaya.

H_{a2}: Adanya pengaruh pemasaran terhadap pendapatan usaha fotocopy palno jaya

H_{o2}: Tidak ada pengaruh pemasaran terhadap pendapatan usaha fotocopy palano jaya.

H_{a3}: Adanya pengaruh perilaku kewirausahaan dan pemasaran terhadap pendapatan usaha fotocopy palano jaya.

H_{o3}: Tidak ada pengaruh perilaku kewirausahaan dan pemasaran terhadap pendapatan usaha fotocopy palano jaya.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan suatu usaha untuk mengumpulkan, mencatat dan menganalisa sesuatu masalah secara sistematis, atau dengan giat dan berdasarkan ilmu pengetahuan mengenai sifat-sifat daripada kejadian atau keadaan-keadaan dengan maksud untuk akan menetapkan faktor-faktor pokok atau akan menemukan paham-paham baru dalam mengembangkan metode-metode baru.¹

A. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu suatu penelitian yang mencari dan mendeskripsikan adanya hubungan (sebab akibat) dan pengaruh dari variabel-variabel penelitian untuk di tarik kesimpulan. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis menelaah bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

1. Lokasi

Penelitian akan dilakukan di Fotocopy Palano Jaya, Kota Medan Helvetia, Sumatera Utara.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan mulai dari awal bulan Juli sampai dengan bulan Akhir September.

C. Jenis Dan Sumber Data

Jenis yang di gunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer

Data primer adalah data yang di kumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian di lakukan.

¹Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam), h. 1

2. Data skunder

Data skunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya. Peneliti mendapat data skunder dari buku-buku, majalah, hasil lapangan dan internet.

Ada pun data primer dan data skunder diperoleh melalui :

a. Kuisisioner (angket)

Kuisisioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang mementingkan analisis yang mementingkan sikap-sikap, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang dapat terpengaruhi oleh sistem yang diajukan atau sistem yang sudah ada peneliti menyediakan daftar pertanyaan yang diisi oleh responden yang menjadi sampel penelitian.

b. Studi Dekomentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, surat kabar, majalah dan sebagainya.

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah yang memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah-masalah penelitian, atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik usaha fotocopy palano jaya. Berdasarkan hasil pra penelitian, diperoleh jumlah pengusaha palano jaya sebanyak 80 pengusaha fotocopy.

2. Sampel

Menurut Suharsini Arikunto, “sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Adapun sampel yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian. Dengan kata

lain sampel adalah bagian dari populasi, untuk mewakili populasi dalam arti sampel harus bersifat representatif.²

Jika jumlah populasi kurang dari 100 orang, maka jumlah sampel diambil secara keseluruhan, tetapi jika jumlah populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil antara 10-25% atau 25-30% atau lebih tergantung dari kemampuan peneliti dilihat dari segi waktu, tenaga dan dana seperti sempit luasnya wilayah dan besar kecilnya resiko yang ditanggung oleh peneliti. Dengan pernyataan ini karena jumlah populasinya lebih kecil dari 100 orang maka, penulis mengambil sampel seluruhnya yaitu sekitar 80 orang.

E. Defenisi Operasional

1. Prilaku Kewirausahaan (X_1) adalah suatu yang berhubungan dengan watak, karakteristik, tabiat, sikap orang terhadap perjuangan hidup untuk mencapai keberhasilan dalam menjalankan usahanya

Indikator :

- a) Berani mengambil resiko
- b) Semangat untuk bersaing
- c) Berorientasi ke masa depan
- d) Percaya diri

2. Pemasaran (X_2) kegiatan penyaluran barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen, yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli.

Indikator :

- a) Strategi produk
- b) Strategi harga
- c) Strategi lokasi *layout*

3. Pendapatan (Y) Pendapatan merupakan suatu unsur penting dalam perekonomian yang berperan meningkatkan derajat hidup orang banyak

²Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 131

melalui kegiatan produksi barang dan jasa. Besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaannya.

Indikator :

- a) Modal Usaha
- b) Penjualan
- c) Jam Kerja Pengusaha

F. Tehnik Pengumpulan Data dan Instrumen Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang di perlukan, penelitian menggunakan alat pengumpulan data melalui :

1. Observasi

Yaitu mengamati langsung pada pengusaha fotocopy palno jayas medan. Disini yang di amati adalah prilaku produsen dan pemasaran terhadap konsumen pada pendapatan palano jaya.

2. Angket (kuesioner)

Yaitu salah satu alat pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan secara tertulis.

G. Analisis Data

1. Uji Validitas

Sebelum data yang telah dikumpulkan, diolah dan dianalisa lebih lanjut, diperlukan uji validitas dan reabilitas. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen, sedangkan suatu instrumen dianggap valid, bila mampu mengukur apa yang diinginkan atau mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti³. Uji Validitas adalah akurasi alat ukur terhadap yang diukur walaupun dengan realibilitas alat ukur itu sendiri. Ini artinya alat ukur haruslah memiliki akurasi yang baik terutama apabila alat ukur tersebut yang digunakan sehigga

³ Bhuono, *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi 2005), h. 67

validitas akan meningkatkan bobot kebenaran data yang diinginkan peneliti, dengan membandingkan $r_{hit} > r_{tab}$ maka data dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Kondisi itu ditengarai dengan konsistensi hasil dari penggunaan alat ukur yang sama yang dilakukan secara berulang dan memberikan hasil yang relatif sama dan tidak melanggar keadilan. Untuk pengukuran subjektif, penilaian yang dilakukan oleh minimal dua orang bisa memberikan hasil yang relatif sama dan tidak melanggar keadilan. Untuk pengukuran subjektif, penilaian yang dilakukan oleh minimal dua orang bisa memberikan hasil yang relatif sama (reabilitas antar penilai). Pengertian reliabilitas tidak sama dengan validitas. Artinya pengukuran yang memiliki reliabilitas dapat mengukur secara konsisten, tapi belum tentu mengukur apa yang seharusnya diukur, $\text{cronbach alpha} > 0,6$ maka data dikatakan Reliabel.⁴

3. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam model regresi telah terdistribusi normal atau tidak. Alat uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji kolmogorov-smirnov test, dengan asumsi $\text{sig} > 0,05$ maka data normal.

H. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan pengujian statistik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linier berganda atau data bersifat *ordinary least square* yang merupakan salah satu metode dalam analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel tak bebas.

⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif*, (Bandung: CV Alfabeta, 2008), h 56.

1. Uji Multikolinearitas

Bertujuan untuk menguji adanya korelasi antara variabel-variabel independen dalam regresi yang di gunakan. Adanya korelasi antara variabel independen. Tidak terdapat multi kolinearitas akan mengakibatkan ketidaktepatan dalam estimasi.

Model dikatakan terbebas dari multikolinearitas jika :

- a. Dengan melihat varian inflation faktor (VIF) ≤ 10 . Suatu model regresi dikatakan terbebas dari multi kolinearitas jika VIF nya tidak lebih dari 10 dan nilai toleransi di sekitar satu atau mendekati satu.
- b. Nilai R^2 yang menunjukkan nilai lebih kecil dari koefisien korelasi simultan (R).

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan kepengamat lainnya. Jika varians residual dari suatu pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas. model yang paling baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas dengan scatterplot.

3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda di gunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat yaitu antara perilaku kewirausahaan (X_1) dan pemasaran (X_2), terhadap pendapatan (Y). Selain itu untuk mengetahui persamaan regresi berganda dapat di tulis sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

Dimana :

Y = pendapatan

a = konstanta

X_1 = perilaku kewirausahaan

X_2 = pemasaran

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji t (parsial)

Uji t dilakukan untuk setiap variabel bebas (X_1, X_2) apakah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y) secara independen (parsial).

Langkah-langkah untuk pengujian untuk uji t adalah sebagai berikut :

- 1) Menentukan model hipotesis untuk H_0 dan H_a .
- 2) $H_0 : b_1=0$, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Sedangkan jika $H_0 : b_1 \neq 0$ artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
- 3) Mencari nilai t_{tabel} dengan cara menentukan tingkat kesalahan dan derajat kebebasan. Tingkat kesalahan yang di pakai adalah alpha 5% dan derajat kebebasan (df) = $n-k$ dimana n adalah jumlah sampel, dan k adalah jumlah variabel independen yang di gunakan.
- 4) Menentukan kriteria pengambilan keputusan
 - i. H_0 diterima jika $t_{hitung} <$ dari t_{tabel} pada α 5%
 - ii. H_0 diterima jika $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} pada α 5%.
- 5) Mencari nilai t_{hitung} dengan menggunakan aplikasi SPSS 20.0 for windows.

b. Uji Signifikan Simultan (uji F)

Uji F dilakukan untuk menguji apakah semua variabel bebas (X_1, X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y) secara bersama-sama. Cara yang di gunakan adalah dengan nilai membandingkan F_{tabel} dengan F_{hitung} , apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas dari model regresi dapat menerangkan variabel terikat secara bersama-sama. Sebaliknya, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dengan demikian dapat dikatakan bahwa

variabel bebas dari model regresi liner berganda tidak mampu menjelaskan variabel terikatnya.

c. Identifikasi Koefisien Diterminasi

Identifikasi koefisien diterminasi (R^2) digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi persentase sumbangan variabel bebas (modal dan saluran distribusi pemasaran) terhadap variabel terikat (pendapatan petani) secara bersama-sama $0 \leq R^2 \leq 1$. Hal ini berarti nilai R^2 adalah 1 atau mendekati 1. Maka semakin kuat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaiknya apabila nilai R^2 mendekati 0 maka semakin lemah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan adjusted r square.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Koperasi KSU Palano Jaya Medan

a. Sejarah Palano Jaya

Koperasi Serba Usaha (KSU) Palano Jaya Merupakan koperasi yang bergerak dalam bidang simpan pinjam dan penyediaan kebutuhan usaha fotocopy. Koperasi yang terdiri dari kekeluargaan yang berasal dari daerah Padang, yang merantau ke kota Medan, Koperasi tersebut berada di Kelurahan Kecamatan Medan Helvetia kota Medan dan dibentuk tanggal 19 November 2007 dengan Nomor Badan Hukum 518/BH/II.14/XI/KUM/2007 yang dibentuk sesuai dengan keputusan bersama anggota dalam rapat pembentukan Koperasi KSU Palano Jaya. anggota Koperasi KSU Palano Jaya sebagian besar memiliki usaha fotocopy dan sebagian lagi memiliki grosir, dan toko elektronik.

Rapat anggota merupakan pemegang kekuasaan tertinggi dalam Koperasi dan dilakukan sekurang-kurangnya sekali dalam 1 tahun, dapat dilakukan secara langsung atau melalui perwakilan yang pengaturannya telah ditetapkan dalam Anggaran Rumah Tangga. Dalam Rapat Anggota Koperasi KSU Palano Jaya ditetapkan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Anggaran Dasar
- 2) Kebijakan umum bidang organisasi, manajemen dan usaha koperasi
- 3) Rencana kerja, rencana anggaran pendapatan dan koperasi,serta pengesahan laporan keuangan.
- 4) Pengesahan pertanggung jawaban pengurus dan pelaksana tugasnya
- 5) Pembagian Sisa Hasil Usaha (SHU) dan pembangunan,peleburan, pembagian dan pembubaran koperasi

Adapun syarat menjadi anggota Koperasi KSU Palano Jaya adalah sebagai berikut:

- a) Warga Negara Indonesia
- b) Memiliki kesinambungan kegiatan usaha dengan kegiatan usaha Koperasi.
- c) Memiliki kemampuan penuh untuk melakukan tindakan hukum (dewasa dan tidak berada dalam perwalian dan sebagainya).
- d) Bersedia membayar simpanan pokok sebesar Rp. 500.000 dan simpanan wajib sebesar RP. 25.000, menyetujui isi Anggaran Dasar, Anggaran Rumah Tangga dan ketentuan yang berlaku dalam Koperasi.
- e) Bertempat tinggal berkedudukan dan berdomisi di Provinsi Sumatera Utara.

Selain syarat diatas, ada juga persyaratan tambahan yang telah ditetapkan oleh Koperasi KSU Palano Jaya, yaitu calon anggota koperasi harus menjadi anggota perkumpulan Padang Ganting Sakato (PGS) yang merupakan perkumpulan suku padang yang berdomisi di Medan dan wajib mengikuti kegiatan-kegiatan PGS seperti berkumpul untuk temu rumah setiap bulannya dan mengikuti arisan perkumpulan tersebut. Acara tersebut juga berfungsi sebagai rapat anggota Koperasi KSU Palano Jaya, dimana terjadi peminjaman, pembayaran pinjaman, dan pembayaran iuran koperasi, setiap bulan acara tersebut dilakukan di rumah anggota koperasi dan PGS secara bergiliran.

Koperasi KSU Palano Jaya mempunyai modal yang terdiri dari modal sendiri dan modal luar atau pinjaman serta dana hibah. Modal dasar yang disetor pada saat pendirian Koperasi ditetapkan sebesar Rp. 21.000.000 yang berasal dari Simpanan Pokok dan simpanan wajib. Pada tahun 2011 Palano Jaya mendapatkan dana hibah dari Gubernur Sumatera Utara sebesar Rp. 150.000.000.

Sisa Hasil Usaha (SHU) yaitu pendapatan perusahaan koperasi yang diperoleh dalam satu tahun buku dipotong dengan penyusutan nilai barang dan segala biaya yang dikeluarkan dalam tahun buku itu, terdiri atau 2 bagian yaitu yang diperoleh dari usaha yang diselenggarakan untuk bukan anggota Koperasi.

SHU yang diperoleh dari usaha yang diselenggarakan akan dibagi sebagai berikut:

1. Uang cadangan sebesar 20%
2. Uang untuk anggota menurut jasanya dalam usaha koperasi sebesar 25%
3. Uang untuk anggota menurut simpanan/ modalnya dalam koperasi sebesar 25%
4. Biaya jasa/dana Pengurus dan Badan Pengawas sebesar 10%
5. Biaya untuk kesejahteraan Karyawan sebesar 5%
6. Biaya dana pendidikan sebesar 7,5%
7. Biaya untuk pembangunan daerah kerja 2,5%
8. Dana sosial sebesar 5%

Apabila anggota, perangkat koperasi melanggar ketentuan AD/ART dan peraturan yang berlaku di Koperasi KSU Palano Jaya, maka dikenakan sanksi yang diputuskan dalam Rapat Anggota berupa peringatan lisan, peringatan tulisan, pemecatan dari anggota atau jabatan di dalam Koperasi, Pemberhentian secara paksa, dan pengajuan ke pengadilan.

b. Visi Misi Palano Jaya Medan

Visi Palano Jaya adalah “Menjalankan Koperasi untuk Kesejahteraan Anggota”.

Misi Palano Jaya:

- 1) Memberikan pelayanan yang baik bagi dan positif kepada masyarakat.
- 2) Menjalankan peraturan yang telah ditetapkan oleh pengurus palano jaya.
- 3) Kesabaran dalam menjalankan usaha menjadi modal utama palano jaya.
- 4) Membangun semangat kepada anggota/pengusaha palano jaya.
- 5) Meningkatkan rasa kekeluargaan dengan adanya perkumpulan tiap bulan.

c. Usaha Pengembangan yang dicapai Palano Jaya

1. Bidang Organisasi

Anggota KSU Palano Jaya selama tahun 2015 bertambah 2 orang, jadi jumlah anggota KSU Palano Jaya Medan sampai per 31 Desember 2015 adalah 119 orang.

Anggota KSU Palano Jaya Medan ini selama tahun 2016 bertambah sebanyak 4 orang.

Anggota KSU Palano Jaya Medan ini selama tahun 2016 bertambah sebanyak 1 orang

2. Bidang Keuangan

Permodalan dalam KSU Palano Jaya ini secara umum sudah berjalan dengan baik, hal ini dapat dibuktikan dengan tidak adanya anggota yang meminjam menjadi daftar tunggu, sampai sekarang ini modal yang dimiliki oleh KSU Palano Jaya adalah Rp. 1.075.202.500,- (Satu miliar tujuh puluh lima juta dua ratus dua ribu lima ratus rupiah)

3. Bidang Usaha

KSU Palano Jaya, sampai saat sekarang masih bergerak dibidang simpan pinjam, dan itu sudah berjalan dengan baik, hal itu terbukti tidak adanya anggota yang meminjam yang menunggak membayar angsuran kreditnya.

4. Kepengurusan

Pengurus KSU Palano Jaya yang terpilih pada RAT tahun buku 2017 adalah

- | | | |
|--------------------|---|---|
| a) Pembina | : | 1. Edwar Syam SE.
2. Ir. Jalinus |
| b) Pengurus | : | 1. Ketua : Abizar.A
2. Sekretaris : Remitri Eva Novit ST
3. Bendahara : Delpita Hendri S.Pd |
| c) Badan Pengawas: | : | 1. Ketua : Rusnofi Wendi
2. Sekretaris : Rusmenn Efendi
3. Anggota : Zulwarman |

2. Profil Responden

Dalam bab ini penulis menganalisis data yang telah terkumpul, data yang telah dikumpulkan tersebut berupa jawaban responden untuk mengetahui pengaruh perilaku kewirausahaan dan pemasaran terhadap pendapatan Palano Jaya Medan. Penelitian ini dilakukan dengan responden sebanyak 80 pengusaha palano jaya Medan. Untuk mengetahui profil responden, berikut ini akan diuraikan berdasarkan jenis kelamin, dan bagian pekerjaan.

a) Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian dari 80 responden, diperoleh karyawan yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 19 orang (52,8%) dan perempuan berjumlah 17 orang (47,2%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dan grafik berikut ini:

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Karyawan	Presentase
Laki-laki	42 Orang	52,5%
Perempuan	38 Orang	47,5%
Total	80 Orang	100%

Sumber Data Primer (Kuesioner), diolah Oktober 2018

3. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas atas kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (*a valid measure if it successfully measure the phenomenon*). Uji tingkat validitas dilakukan dengan membandingkan nilai R_{hitung} dengan R_{tabel} untuk *degree of freedom* (df)=n-2, dalam penelitian ini jumlah sampel

(n)= 80 dan besarnya $df= 80-2= 78$, dan $alpha$ 0,05 di dapat R_{tabel} 0.2199 (dengan uji dua sisi).

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	<i>Corrected item total correlation</i> (R_{hitung})	R_{tabel}	Keterangan
Variabel Perilaku Kewirausahaan (X1)	X1.1	0,380	0,2199	Valid
	X1.2	0,729	0,2199	Valid
	X1.3	0,582	0,2199	Valid
	X1.4	0,507	0,2199	Valid
	X1.5	0,543	0,2199	Valid
Variabel Pemasaran (X2)	X2.1	0,320	0,2199	Valid
	X2.2	0,572	0,2199	Valid
	X2.3	0,539	0,2199	Valid
	X2.4	0,643	0,2199	Valid
	X2.5	0,545	0,2199	Valid
Variabel Pendapatan (Y)	Y1	0,489	0,2199	Valid
	Y2	0,636	0,2199	Valid
	Y3	0,574	0,2199	Valid
	Y4	0,529	0,2199	Valid
	Y5	0,568	0,2199	Valid

Sumber: data primer (kuesioner) diolah SPSS 20.0 Oktober 2018

Dari tabel diatas terlihat bahwa R_{hitung} pada kolom *Corrected item total orrelation* untuk masing-masing item memiliki R_{hitung} lebih besar dan positif dibandingkan R_{tabel} untuk $df=80-2=78$ dan $alpha$ 0,05 dengan uji dua sisi di dapat R_{tabel} sebesar 0, 2199 maka dapat disimpulkan bahwa indikator dari kelima variabel X1, X2, dan Y adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah uji untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Dalam hal ini peneliti menggunakan metode *Cronbach's Alpha* untuk menilai apakah kuesioner ini realibel atau tidak. Skala tersebut dapat dikelompokkan menjadi 5 kelas range yang sama, maka ukuran ketetapan Alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Tabel 4.3
Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Tingkat Alpha

No	Alpha	Tingkat Reliabilitas
1	0,00 s/d 0,20	Tidak reliable
2	0,21 s/d 0,40	Kurang reliable
3	0,41 s/d 0,60	Cukup reliable
4	0,61 s/d 0,80	Reliabel
5	0,81 s/d 1,00	Sangat reliable

Sumber: Triton

Tabel 4.4
Uji Reliabilitas Perilaku Kewirausahaan X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,446	5

Sumber: data primer (kuesioner) diolah SPSS 20.0 Oktober 2018

Pada item ini tingkat signifikan 5% koefisien Alpha ,446 (dibaca 0,446), kemudian nilai ini dibandingkan dengan nilai r tabel dengan nilai N=80 dan diperoleh nilai r tabel sebesar 0,2199, ini berarti $r_{\text{alpha}} > r_{\text{tabel}}$. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji berada pada kategori “cukup reliabel” karena nilai berada pada rentang 0,40 – 0,60.

Tabel 4.5
Uji Reliabilitas Pemasaran X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,323	5

Sumber: data primer (kuesioner) diolah SPSS 20.0 Oktober 2018

Pada item ini tingkat signifikan 5% koefisien Alpha ,323 (dibaca 0,323), kemudian nilai ini dibandingkan dengan nilai r tabel dengan nilai N=80 dan diperoleh nilai r tabel sebesar 0,2199, ini berarti $r_{\text{alpha}} > r_{\text{tabel}}$. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji berada pada kategori “cukup reliabel” karena nilai berada pada rentang 0,40 – 0,60.

Tabel 4.6
Uji Reliabilitas Pendapatan Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,440	5

Sumber: data primer (kuesioner) diolah SPSS 20.0 Oktober 2018

Pada item ini tingkat signifikan 5% koefisien Alpha ,440 (dibaca 0,440), kemudian nilai ini dibandingkan dengan nilai r tabel dengan nilai N=80 dan diperoleh nilai r tabel sebesar 0,2199, ini berarti $r_{\text{alpha}} > r_{\text{tabel}}$. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji berada pada kategori “cukup reliabel” karena nilai berada pada rentang 0,40 – 0,60.

Secara komprehensif variabel yang diteliti pada taraf signifikan 95% adalah valid dan dapat dipercaya (reliabel). Dengan demikian, item-item dalam penelitian ini dapat diaplikasikan untuk penelitian selanjutnya. Ini mengindikasikan bahwa seluruh

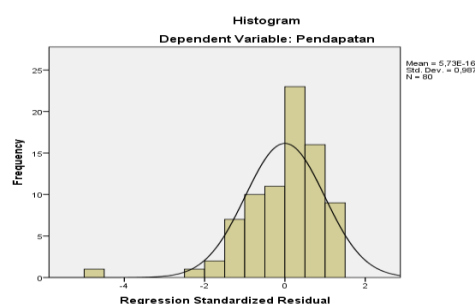
item telah memenuhi standar kelayakan untuk selanjutnya diaplikasikan kepada seluruh responden dan tidak ada perbaikan kuesioner.

4. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji analisis data, artinya sebelum melakukan analisis yang sesungguhnya, data penelitian tersebut harus diuji kenormalan distribusinya. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

Normalitas dapat dilihat dari normal *p-plot* dan grafik histogram. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila gambar terdistribusi dengan titik-titik data searah mengikuti garis diagonal. Data juga dapat dikatakan normal jika berbentuk kurva yang kemiringannya cenderung seimbang, baik kemiringan sisi kiri maupun kanan, dan bentuk kurva hampir menyerupai lonceng yang sempurna. Hasil uji normalitas dengan pengujian grafik histogram dapat ditunjukkan pada gambar berikut:

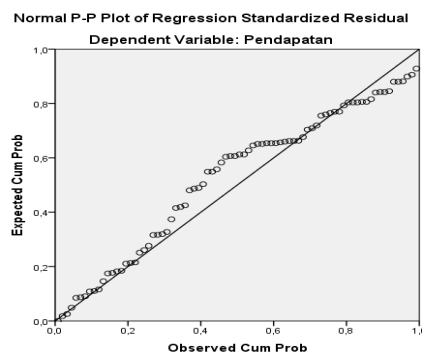


Gambar 4.1

Histogram Display Normal Curve Pendapatan Palano Jaya

Berdasarkan gambar histogram diatas, dapat dilihat bahwa kurva Pendapatan Palano Jaya Medan memiliki kemiringan yang cenderung seimbang dari sisi kanan

dan kiri, serta garisnya juga menyerupai lonceng, artinya Pendapatan memiliki kecenderungan berdistribusi normal. Normalitas data juga dapat dilihat di sisi output kurva normal *P-Plot*. Data pada variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data searah mengikuti garis diagonal. Hasil uji normalitas dengan pengujian Normal P-Plot dapat ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 4.2

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Pada prinsipnya Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Jika titik-titik mendekati garis diagonal, maka dapat dikatakan data penelitian tersebut berdistribusi normal. Sebaliknya, jika titik-titik nya menjauhi garis diagonal maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, dengan demikian maka model regresi memenuhi asumsi normalitas karena model penelitian ini berdistribusi normal.

Cara lain pengujian normalitas dapat dilakukan dengan Uji Kolmogorov-Smirnov. Sampel penelitian ini diuji dengan pengujian Kolmogorov-Smirnov menggunakan SPSS 20.0 untuk mengetahui apakah sampel merupakan jenis distribusi normal. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:
 Ho: Distribusi populasi normal, jika probabilitas $> 0,05$, Ho diterima dan
 Ha: Distribusi Populasi tidak normal, jika probabilitas $< 0,05$, Ho ditolak.

Hasil uji normalitas dengan pengujian Kolmogorov-Smirnov dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,66713011
	Absolute	,143
Most Extreme Differences	Positive	,079
	Negative	-,143
Kolmogorov-Smirnov Z		1,277
Asymp. Sig. (2-tailed)		,077

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: data primer (kuesioner) diolah SPSS 20.0 Oktober 2018

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel diatas, didapatkan nilai signifikansi pada baris Asympy. Sig (2-tailed) sebesar $0,077 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas dilakukan pengujian dengan menggunakan metode glejser untuk meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Kriteria terjadinya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi adalah jika signifikansinya $< 0,05$, yang berarti bahwa apabila signifikansinya $> 0,05$ penelitian dapat dilanjutkan. Hasil regresi dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-,407	1,073		-,379	,705
	P.kwirausaha	,125	,085	,234	1,479	,143
	Pemasaran	-,034	,067	-,080	-,506	,614

a. Dependent Variable: RESUC

Sumber: data primer (kuesioner) diolah SPSS 20.0 Oktober 2018

Dari hasil uji heteroskedastisitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa terhadap masing-masing variabel independen diperoleh *p-value* (sig-t) $> 0,05$. Untuk variabel Perilaku Kewirausahaan sebesar 0,143, variabel Pemasaran sebesar 0,614 ,sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas pada masing-masing variabel independen.

c) Uji Multikolonearitas

Uji multikolonearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya muktikolonearitas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonearitas adalah nilai tolerance $< 0,10$ atau nilai VIF > 10 dengan tingkat kolonieritas 0,95, dan ikhtisar hasil multikolonearitas pada variabel bebas dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.9
Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error		Tolerance	VIF	
1	(Constant)	,295	1,700			
	P.kwirausaha	,224	,134	,159	,502	1,992
	Pemasaran	,763	,106	,685	,502	1,992

Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: data primer (kuesioner) diolah SPSS 20.0 Oktober 2018

5. Uji Model

Analisis regresi linier berganda pada dasarnya merupakan studi menguji pengaruh variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas) dengan tujuan untuk mengestimasi dan memprediksi nilai rata-rata variabel independen yang diketahui.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk menjelaskan kekuatan dan arah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 20.0.

Tabel 4.10
Uji Model

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error				Beta
1	(Constant)	,295	1,700		,174	,862
	P.kwirausaha	,224	,134	,159	1,673	,098
	Pemasaran	,763	,106	,685	7,197	,000

a. Dependent Variable: TotalY

Sumber: data primer (kuesioner) diolah SPSS 20.0 Oktober 2018

Pada tabel diatas, dapat diketahui dari hasil analisis regresi diperoleh persamaan regresi yaitu:

$$PP = 0,295 + 0,224 PK + 0,763 Pm + \varepsilon$$

Keterangan:

PP	: Pendapatan Palano Jaya
PK	: Perilaku Kewirausahaan
Pm	: Pemasaran
α	: Variabel/bilangan konstanta
$\beta_1, \beta_2,$: Koefisien Regresi
ε	: Variabel pengganggu

Persamaan Regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Konstanta sebesar 0,295 artinya jika tidak ada variabel perilaku kewirausahaan dan pemasaran, maka pendapatan Palano Jaya akan sebesar 0,295 satuan.
- Koefisien regresi variabel Perilaku kewirausahaan sebesar 0,224 berarah positif, artinya setiap peningkatan pada Perilaku Kewirausahaan sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap, maka Pendapatan akan mengalami kenaikan sebesar 0,224 satuan.
- Koefisien regresi variabel Pemasaran sebesar 0,763 berarah positif, artinya setiap peningkatan pada pemasaran sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap, maka Pendapatan akan mengalami kenaikan sebesar 0,763 satuan.

6. Uji Hipotesis

a) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai Koefisien (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi dan variabel terikat (Y) dapat dijelaskan oleh variabel bebas (X). Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 ($R^2=0$), artinya variasi dari variabel Y tidak dapat dijelaskan oleh variabel X sama sekali. Sementara bila $R^2 = 1$, artinya variasi dari variabel Y secara keseluruhan dapat dijelaskan oleh

variabel X. Dengan kata lain, jika R^2 mendekati 1 maka variabel independen mampu menjelaskan perubahan variabel dependen, tetapi jika R^2 mendekati 0, maka variabel independen tidak mampu menjelaskan variabel dependen. Dan jika $R^2 = 1$, maka semua titik pengamatan berada tepat pada garis regresi. Dengan demikian baik atau buruknya persamaan regresi ditentukan oleh R^2 nya yang mempunyai nilai nol dan satu.

Tabel 4,11
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,806 ^a	,649	,640	1,68864

a. Predictors: (Constant), Pemasaran, P.kwirausaha

b. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: data primer (kuesioner) diolah SPSS 20.0 Oktober 2018

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai koefisien determinasi R^2 (Adjusted R Square) sebesar 0,649 atau 64,9%. Hal ini menunjukkan bahwa Perilaku Kewirausahaan dan Pemasaran berpengaruh sebesar 64,9% terhadap Pendapatan Palano Jaya Medan, sedangkan sisanya sebesar 36,1 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

b) Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individual. Secara individual uji statistik yang digunakan adalah uji t.

Untuk mengetahui signifikansi bandingkan antara nilai probabilitas 0,05 dengan nilai probabilitas Sig dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

$$H_0 : \beta = 0 \text{ (Koefisien Regresi X Tidak Sigifikan)}$$

$H_a : \beta \neq .$ (Koefisien Regresi X Signifikan)

Tingkat Signifikan :

$\alpha = 0,05$ (5%)

Daerah Kritis :

Sig = α : Tolak H_a

Tabel 4.12
Uji Statistik t

Model	T_{Hitung}	T_{Tabel}	Sig.
(Constant)	0,174	1,991	,862
1			
Perilaku Kewirausahaan	1,673	1,991	,098
Pemasaran	7,197	1,991	,000

Sumber: data primer (kuesioner) diolah SPSS 20.0 Oktober 2018

Rumus untuk mencari nilai T_{tabel} adalah:

$$T_{tabel} = (\alpha/2 ; n-k-1)$$

Keterangan:

$\alpha = 0,05$ (5%)

n = Jumlah responden

k = Jumlah variabel independen (bebas)

Jadi, $T_{tabel} = 0,05/2 ; 80-2-1$

$= 0,025 ; 77$

Kemudian dicari pada distribusi nilai T_{tabel} maka ditemukan nilai T_{tabel} sebesar 1,991.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial melalui uji t diperoleh T_{hitung} berdasarkan nilai koefisien yang dapat dilihat pada gambar di atas menunjukkan bahwa:

Ho₁: Terdapat pengaruh antara Perilaku Kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap Pendapatan Palano Jaya Medan.

Ha₁: Terdapat pengaruh antara Perilaku Kewirausahaan terhadap Pendapatan Palano Jaya Medan.

Hasil uji t pada variabel Perilaku Kewirausahaan (X1) diperoleh probabilitas Sig 0,098. Nilai Sig 0,09 > 0,05 dan diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 1,673 dan diketahui T_{tabel} sebesar 1,991 (lihat T_{tabel}). $1,991 > 1,673$, maka keputusannya adalah Ho₁ ditolak dan Ha₁ diterima, artinya Perilaku Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Palano Jaya Medan.

Ho₂: Pemasaran tidak berpengaruh terhadap Pendapatan palano Jaya Medan.

Ha₂: Terdapat pengaruh antara Pemasaran terhadap Pendapatan Palano Jaya Medan.

Hasil uji t pada variabel Pemasaran (X2) diperoleh probabilitas Sig 0, 000. Nilai Sig 0, 000 < 0,05, dan diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 1,991 dan diketahui T_{tabel} sebesar 1,991 (lihat T_{tabel}). $7,197 > 1,991$, maka keputusannya adalah Ho₂ diterima dan Ha₂ ditolak, artinya Pemasaran berpengaruh terhadap Pendapatan Palano Jaya Medan.

c) Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05

Tabel 4.13

Uji Statistik F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F _{hitung}	F _{tabel}	Sig.
1	Regression	406,633	2	203,317	71,301	3,11	,000 ^b
	Residual	219,567	77	2,852			
	Total	626,200	79				

a. Dependent Variable: Pendapatan

b. Predictors: (Constant), Pemasaran, Perilaku Kewirausahaan

Sumber: data primer (kuesioner) diolah SPSS 20.0 Oktober 2018

Rumus untuk mencari nilai F_{tabel} adalah:

$$F_{\text{tabel}} = k ; n-k$$

Keterangan:

k = Jumlah variabel independen (bebas)

n = Jumlah responden

Jadi, $F_{\text{tabel}} = 2 ; 80-2$

$= 2 ; 78$

$= 3,11$ (lihat tabel F)

Statistika uji:

$F_{\text{hitung}} = 71,301$

Sig= 0.000

$F_{\text{tabel}} = 3,11$

Keputusan Hasil Analisis:

Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $71,301 > 3,11$

Signifikan $0,000 < 0,05$

Maka keputusannya H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kesimpulan:

Karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $71,301 > 3,11$ dan signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, maka artinya terdapat pengaruh signifikan antara Perilaku Kewirausahaan dan Pemasaran, terhadap Pendapatan Palano Jaya Medan.

B. Pembahasan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Pemasaran terhadap pendapatan Palano Jaya Medan. Maka dalam penelitian ini hasil diperoleh dengan menyebarkan angket (kuesioner) kepada responden dan mengumpulkan kembali. Peneliti melakukan pengujian analisis data dengan menggunakan program SPSS versi 20.0. Dari kedua variabel independen (Perilaku Kewirausahaan dan Pemasaran) yang dimasukkan ke dalam pengujian statistik, maka didapat hasil:

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini diketahui bahwa fungsi perilaku berpengaruh signifikan terhadap pendapatan Palano Jaya Medan. Adanya pengaruh signifikan terhadap pendapatan mengindikasikan bahwa perilaku kewirausahaan dapat menumbuhkan jumlah wirausahaawan yang berkualitas, membudidayakan sifat, perilaku, semangat kewirausahaan di kalangan masyarakat, meningkatkan kesadaran dan orientasi kewirausahaan yang tangguh, kuat dan kokoh, dan mewujudkan kemauan

dan kemantapan wirausahawan terhadap kemajuan dan kesejahteraan sehingga mampu meningkatkan pendapatan bagi palano jaya.

Kemudian hasil analisi pemasaran juga diketahui bahwa pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pendapatan hal ini mengindikasikan bahwa pemasaran memiliki tujuan dan target yang menjadi standar pencapaian, maka demikian aktivitas bisnis dan setiap lini bagian didalamnya, dimana tujuan dari pemasaran itu memahami pasar dan konsumen dan membentuk produk yang sesuai dengan pasar.

Dan hasil uji regresi berganda, diketahui bahwa variabel Perilaku kewirausahaan dan Pemasaran secara bersama-sama atau simultan dan signifikan terhadap pendapatan Palano Jaya. Dari hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Perilaku Kewirausahaan dan Pemasaran secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan Palano jaya. Hasil analisis ini menunjukkan kesesuaian dengan hipotesis penelitian, pendapatan palano jaya dipengaruhi oleh kedua variabel yang diteliti, yaitu perilaku kewirausahaan dan pemasaran. Hasil pengujian regresi linear berganda menunjukkan bahwa angka koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,649 atau 64,9%. Hal ini berarti bahwa variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat sebesar 64 sedangkan sisanya 36,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian ini.

Koefisien regresi variabel Perilaku kewirausahaan sebesar 0,224 berarah positif, artinya setiap peningkatan pada Perilaku Kewirausahaan sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap, maka Pendapatan akan mengalami kenaikan sebesar 0,224 satuan. Koefisien regresi variabel Pemasaran sebesar 0,175 berarah positif, artinya setiap peningkatan pada kualitas pemasaran sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap, maka Pendapatan akan mengalami kenaikan sebesar 0,175 satuan

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam metode penelitian yang dilakukan mampu menjelaskan variabel terikat dalam nilai yg cukup besar. Nilai

yang cukup tinggi ini menunjukkan bahwa faktor lain yang tidak dimasukkan menjadi variabel dalam penelitian ini memiliki kemampuan yang lebih kecil dalam menjelaskan pendapatan Palano Jaya Medan.

Dan di indentifikasi bahwa penelitian ini sama dengan kajian terdahulu saya yang di susun oleh Yuni Wulandari dengan judul Perilaku Kewirausahaan, pemasaran dan Daya saing Terhadap Pendapatan Pengusaha Sablon Kaos dan Rio Imam dengan judul Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan UKM. Bahwa mereka menyatakan secara simultan maupun parsial variabel perilaku kewirausahaan dan pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pengusaha.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah:

1. Permasalahan pertama penelitian ini adalah tentang pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap pendapatan yang berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa perilaku kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan Palano Jaya Medan. Koefisien regresi variabel Perilaku kewirausahaan sebesar 0,224 berarah positif, artinya setiap peningkatan pada Perilaku Kewirausahaan sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap, maka Pendapatan akan mengalami kenaikan sebesar 0,224 satuan.

Dari hasil pengujian hipotesis secara parsial melalui uji t diperoleh T_{hitung} berdasarkan nilai koefisien yang dapat dilihat pada gambar di atas menunjukkan bahwa: Hasil uji t pada variabel Perilaku Kewirausahaan (X_1) diperoleh probabilitas Sig 0,098. Nilai Sig 0,09 > 0,05 dan diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 1,673 dan diketahui T_{tabel} sebesar 1,991 (lihat T_{tabel}). $1,991 > 1,673$, maka keputusannya adalah H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima, artinya Perilaku Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Palano Jaya Medan..

2. Permasalahan kedua penelitian ini adalah tentang pengaruh pemasaran terhadap pendapatan yang berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pendapatan Palano Jaya Medan. Koefisien regresi variabel Pemasaran sebesar 0,763 berarah positif, artinya setiap peningkatan pada kualitas pemasaran sebesar 1 poin dan variabel lainnya tetap, maka Pendapatan akan mengalami kenaikan sebesar 0,763 satuan. Hasil uji t pada variabel Pemasaran (X_2) diperoleh probabilitas Sig 0,000. Nilai Sig 0,000 < 0,05, dan diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 1,991 dan

diketahui T_{tabel} sebesar 1,991 (lihat T_{tabel}). $7,197 > 1,991$, maka keputusannya adalah H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya Pemasaran berpengaruh terhadap Pendapatan Palano Jaya Medan

3. Permasalahan dari ketiga variabel penelitian ini adalah tentang pengaruh perilaku kewirausahaan dan pemasaran secara bersama-sama (simultan) terhadap pendapatan palano jaya Medan yang berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara perilaku kewirausahaan dan pemasaran terhadap pendapatan Palano Jaya Medan. Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai koefisien determinasi R^2 (Adjusted R Square) sebesar 0,649 atau 64,9%. Hal ini menunjukkan bahwa Perilaku Kewirausahaan dan Pemasaran berpengaruh sebesar 64,9% terhadap Pendapatan Palano Jaya Medan, sedangkan sisanya sebesar 36,1 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Dari hasil analisis beberapa faktor, ternyata usaha fotocopy mampu memberikan hasil yang baik dan dapat dikatakan layak untuk dijalankan. Mengingat adanya peluang yang besar dalam usaha fotocopy pada masa yang akan datang. Kalau kita cermati permintaan akan fotocopy semakin meningkat seiring dengan meningkatnya kepentingan masyarakat.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada pihak Palano Jaya Medan, dalam meningkatkan pendapatan usaha fotocopy yang perlu diperhatikan bagaimana sistem perilaku kewirausahaan dan pemasaran agar dapat bersaing ditengah persaingan yang ketat.

Diharapkan kepada pihak Koperasi Palano Jaya agar menumbuhkan rasa kepemilikan dalam menjalankan Koperasi, sehingga dapat meningkatkan pendapatan, dan dapat mempertahankan Koperasi Palano Jaya untuk kedepannya.

Bagi peneliti selanjutnya agar dapat menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Perilaku Kewirausahaan dan Pemasaran, memperbanyak sampel penelitian dan memperpanjang periode penelitian untuk menghasilkan hasil yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Andari Ressa. *Pengaruh Kompetensi Pengusaha Kompetensi Pengusaha*, Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2011.
- Abdullah Thamrin M.M.M,Pd, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- David R Fred, *Manajemen Strategi,Edisi Bahasa Indonesia*, Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2004.
- Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemah*, Surabaya: Tri Karya, 2004.
- Suyanto Danang, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Center Of Academic Publishing Service, 2014.
- Giffin, *Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Jakarta : Erlangga, 2003.
- Hakim Arman Nasution, dkk *Entrepreneurship,Membangun Spirit Teknonopreneurship* Yogyakarta, 2007.
- Harahap Sunarji, *MenejemenPemasaran*,Medan: Febi UIN-SU, 2016.
- Hasan Ali, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan Pustaka, 2006.
- Herry Achmad Buchory dan Djaslim Saladin, *Dasar-dasar Pemasaran Bank*, Bandung : Dinda Karya, 2006.
- Irawan Andi, *Kewirausahaan UKM Pemikiran dan Pengalaman*, Jawa Timur : Graha Ilmu, 2007.
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta : PT Raja Grafindo, 2006.

- Khodijah Siti, *Smart Strategi Of Marketing Persaingan Pasar Global*, Bandung : Alvabeta 2004.
- Krisanto R. Heru HC, *Kewirausahaan entrepreneurship*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Kuncoro Mudrajad, *Otonomi dan Pembangunan Daerah*, Jakarta: Erlangga, 2004.
- Nasution Hakim Arman, *Membangun Spirit Etrepreneur Muda Indonesia*, Jakarta: PT Elex Komputindo Kelompok Gramedia, 2007
- Nawawi M Zuhrinal, *Kewirausahaan Islami*, Medan : FEBI UIN-SU Press, 2015.
- Noor Faisal Hendry, *Ekonomi manejerial*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Riyanto Nur Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, bandung: Alvabeta, 2010.
- Suryana, *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta : Salemba Empat 2003.
- Swastha Basu, *Azas-azas Marketing*, Yogyakarta: Liberti Yogyakarta, 2002.
- Veronica Etha Pinem, *Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kemandirian Pribadi*, Universitas Sumatera Utara 2010.
- Qhardawi Yusuf, *Norma dan Etika Ekonomi Ialam*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997.

CURICULUM VITAE

NAMA : Khoiria Rizky Tanjung

TEMPAT, TANGGAL LAHIR : Aek Pamingke, 05 Mei 1996

UMUR : 22 Tahun

NIM : 51141049

JENIS KELAMIN : Perempuan

FAKULTAS/JURUSAN : Febi/ Ekonomi Islam

ALAMAT RUMAH : Jl. Suluh No. 114

No. TELEPON : 082164239983

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

- SD : SDN 117504 Aek Pamingke
- SMP : MTS.PP. Raudhatul Hasanah
- SMA : MAS.PP. Raudhatul Hasanah

NAMA ORANG TUA

- AYAH : Rustam Tanjung
- IBU : Nursaima Harahap

PEKERJAAN ORANG TUA

- AYAH : PNS
- IBU : PNS

KUESIONER

PENGARUH PERILAKU KEWIRAUSAHAAN DAN PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN USAHA FOTOCOPY PALANO JAYA

Kepada Yth,

Bpk /Ibu /Sdr/i

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat,

Bersama ini saya :

Nama : Khoiriyah Rizky Tanjung

Nim : 51.14.1.049

Jurusan : Ekonomi Islam

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Sumatera Utara (UIN-SU)

Sedang mengadakan penelitian dengan judul skripsi “**PERILAKU KEWIRAUSAHAAN DAN PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN USAHA FOTOCOPY PALANO JAYA**”. Untuk keperluan tersebut, saya memohon bantuan Bpk /Ibu /Sdr /i untuk memberikan penelitian terhadap tempat wisata melalui kuesioner ini dengan sebenar-benarnya. Kuesioner ini dibuat dalam rangka penyusunan skripsi yang menjadi salah satu syarat penyelesaian program Sarjana (S1) Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Semoga partisipasi yang Bapak /Ibu /Saudara/i berikan dapat bermanfaat untuk kepentingan ilmu pengetahuan serta dapat membantu upaya meningkatkan minat saya menjamin kerahasiaan atas data dan informasi yang diberikan kepada saya untuk tidak diberikan kepada pihak lain dalam kepentingan apapun. Atas bantuan dan perhatian anda, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Khoiriyah Rizky Tanjung

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Umur :

Alamat :

Jenis Kelamin :

Tahun Mulai Usaha :

PETUNJUK PENGISIAN

Saya telah menyediakan berbagai pernyataan untuk anda jawab, setiap butir pernyataan hanya boleh di jawab satu kali dengan mencentang salah satu kotak dengan kode SS, S, KS, TS, STS. adapun maknanya adalah:

- SS (SANGAT SETUJU)
- S (SETUJU)
- KS (KURANG SETUJU)
- TS (TIDAK SETUJU)
- STS (SANGAT TIDAK SETUJU)

PERILAKU KEWIRAUSAHAAN

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1.	Adanya kreativitas dan inovatif dari pengusaha					
2.	Keberanian menghadapi resiko dan kemauan dalam memulai usaha.					
3.	Peluang yang terbuka lebar dalam kesempatan berwirausaha..					
4.	Kerja keras dan tekad kunci utama dalam berwirausaha.					
5.	Pengalaman menjadi kunci dalam keberhasilan usaha.					

PENDAPATAN

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1.	Adanya pendapatan penjualan yang meningkat dalam 2 tahun terakhir.					
2.	Jumlah pelanggan mengalami peningkatan dalam 2 tahun terakhir.					
3.	Meningkatnya barang dalam waktu signifikan					
4.	Adanya barang yang yang di jual sesuai kualitas					
5.	Penjual melayani dengan ramah dan sopan.					

PEMASARAN

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1.	Lokasi tempat dekat dengan instansi umum/ sekolah, kampus, pemerintah.					
2.	Tersedianya kelengkapan produk di fotocopy					
3.	Promosi sebaiknya dari mulut ke mulut					
4.	Harga yang di tawarkan sesuai dengan kualitas					
5.	Lokasi tempat fotocopy mudah di jangkau					

Tabulasi X1

4	3	4	3	2
4	4	4	3	3
4	3	4	4	3
4	4	4	3	2
4	4	3	3	4
4	4	3	4	4
3	2	3	4	3
4	4	4	3	4
4	4	4	3	3
4	4	4	4	4
4	3	4	3	3
4	2	4	4	3
4	2	4	4	4
3	4	3	4	4
2	4	4	2	3
4	2	4	2	4
4	3	4	3	3
4	4	4	4	4
4	4	4	3	3
4	2	2	3	2
4	4	4	4	4
4	3	4	2	2
4	3	4	2	3
4	4	4	3	3
4	4	4	4	3
5	5	4	3	3
4	4	4	3	3
4	2	4	3	4
4	2	4	3	4
3	3	4	3	4
4	4	3	4	4
5	3	2	4	2
4	5	5	4	4
4	4	4	3	3
4	4	4	4	4
4	3	4	3	3
4	2	4	4	3
4	4	2	2	4
3	2	2	4	4

4	4	4	3	3
4	2	4	4	4
4	3	4	3	3
4	4	4	4	4
4	4	4	3	4
4	2	2	4	2
4	4	4	4	4
4	3	4	3	3
4	4	4	4	4
5	5	5	3	3
4	4	4	4	3
5	5	4	3	3
4	4	4	3	3
4	2	4	4	2
3	3	4	2	1
2	2	3	3	4
4	4	4	3	4
3	4	4	4	3
3	3	4	4	3
3	4	5	5	4
4	4	3	3	4
4	4	4	5	3
4	4	4	4	4
4	2	3	3	4
4	5	5	5	4
4	4	4	3	4
4	5	5	4	4
4	4	3	4	3
4	3	4	3	2
4	4	4	3	3
4	3	4	4	3
4	4	3	2	2
4	4	3	2	4
4	4	3	4	4
3	2	3	4	3
4	4	4	3	4
4	4	4	3	3
4	4	4	4	4
4	3	4	3	3
4	2	4	4	3
4	2	4	2	4

Tabulasi X2

4	3	3	3	2
3	4	2	3	3
4	5	4	5	3
5	4	2	3	2
4	2	3	3	2
5	4	3	4	2
4	2	3	1	3
4	4	2	3	2
5	3	2	3	3
5	4	4	4	4
3	3	4	3	3
4	2	3	4	3
4	2	4	4	4
3	2	3	4	4
3	2	4	2	3
3	2	4	2	4
4	3	4	3	3
3	3	4	4	4
2	4	4	3	3
4	2	2	3	2
3	2	4	4	4
4	2	4	2	2
3	4	4	4	3
3	4	4	5	3
3	4	4	4	3
2	5	4	3	3
3	4	4	3	3
3	2	4	3	4
4	2	4	3	4
3	3	4	3	4
2	4	3	4	4
2	3	2	4	2
3	5	5	4	4
2	3	4	3	3
2	5	4	4	4
3	2	4	3	3
2	5	4	4	3
3	5	2	2	4
1	2	2	1	4
3	4	1	3	5
1	2	4	3	4

3	3	2	3	3
3	3	4	4	4
2	4	4	3	4
3	2	2	4	2
2	4	4	4	4
1	3	4	3	3
2	4	4	3	4
3	5	1	3	3
1	4	4	5	1
3	4	4	3	3
1	4	4	3	2
3	2	4	4	2
2	3	4	2	1
2	2	5	3	4
3	4	4	3	4
2	4	5	4	3
3	3	4	4	1
4	4	5	5	4
2	4	3	3	4
3	4	4	5	5
2	4	1	4	4
3	2	3	3	4
2	5	5	5	4
3	4	4	3	4
4	5	5	4	4
3	4	3	4	3
2	3	4	3	2
1	4	4	3	3
2	3	4	4	3
3	4	3	2	2
4	4	3	2	1
4	4	3	4	4
2	2	3	4	3
1	4	1	5	4
2	4	4	4	3
4	4	4	4	4
2	3	4	3	3
2	2	4	4	3
2	2	1	2	1

Tabulasi Y

3	3	3	3	2
2	4	2	3	3
5	5	4	3	3
3	4	2	3	2
3	2	3	3	2
2	4	3	4	2
3	2	3	1	3
1	1	2	3	1
2	3	2	3	3
4	4	4	4	4
4	3	4	3	3
4	2	3	4	3
2	2	4	4	4
3	2	3	4	4
2	2	4	2	3
4	2	4	2	4
4	3	4	3	3
4	3	4	4	4
3	4	4	3	3
3	2	2	3	2
4	2	4	4	4
4	2	4	2	2
4	4	4	4	3
4	4	4	5	3
1	4	4	4	3
2	5	4	3	3
5	4	4	3	3
5	2	4	3	4
2	2	4	3	4
2	3	4	3	4
1	4	3	4	4
2	3	2	4	2
1	5	5	4	4
4	3	4	3	3
4	5	4	4	4
4	2	4	3	3
4	5	4	4	3
4	5	2	2	4
3	2	2	1	4
4	4	1	3	5
4	2	4	3	4

4	3	2	3	3
4	3	4	4	4
5	4	4	3	4
2	2	2	4	2
1	4	4	4	4
2	3	4	3	3
4	4	4	3	4
5	5	1	3	3
4	4	4	5	1
5	4	4	3	3
4	4	4	3	2
4	2	4	4	2
3	3	4	2	1
2	2	5	3	4
4	4	4	3	4
3	4	5	4	3
5	3	4	4	1
1	4	5	5	4
4	4	3	3	4
4	4	4	5	5
4	4	1	4	4
4	2	3	3	4
4	5	5	5	4
4	4	4	3	4
5	5	5	4	4
4	4	3	4	3
1	3	4	3	2
4	4	4	3	3
4	3	4	4	3
4	4	3	2	2
4	4	3	2	1
4	4	3	4	4
3	2	3	4	3
1	4	1	5	4
4	4	4	4	3
4	4	4	4	4
4	3	4	3	3
4	2	4	4	3
4	2	1	2	1

