

## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1. Identitas Responden

Responden pada penelitian ini adalah owner *Coffee Shop* yang berada di Kelurahan Biringere, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai. Identitas responden merupakan faktor internal dari owner yang menggambarkan keadaan dan kegiatan usaha *Coffee Shop* yang dijalankan meliputi jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan. Identitas responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan pendidikan.

#### 5.1.1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Identitas responden berdasarkan jenis kelamin yaitu jenis kelamin laki-laki dan jenis kelamin perempuan. Identitas responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 10 berikut:

*Tabel 10. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin di Kelurahan Biringere, Kelurahan Biringere, Kabupaten Sinjai.*

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	28	87,5
2.	Perempuan	4	12,5
<b>Jumlah</b>		<b>32</b>	<b>100</b>

Sumber: Lampiran 2, 2024

Berdasarkan Tabel 10, identitas responden berdasarkan jenis kelamin dengan jumlah responden sebanyak 32 orang, didominasi oleh responden jenis kelamin laki-laki dengan jumlah responden sebanyak 28 orang (87,5%) dan jumlah responden perempuan sebanyak 4 orang (12,5%). Artinya owner UMKM *Coffee Shop* yang berada di Kelurahan Biringere, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai di dominasi oleh laki-laki dengan persentase 87,5 % dan sisanya perempuan sebanyak 12,5 %.

### 5.1.2. Identitas Responden Berdasarkan Usia

Tingkat usia seseorang menunjukkan tingkat kematangan seorang sehingga dapat mempengaruhi perilaku orang tersebut dalam pengambilan keputusan dalam berwirausaha.

Pembagian kelompok usia responden dapat dilihat pada Tabel 11 berikut:

*Tabel 11. Identitas Responden Berdasarkan Usia di Kelurahan Biringere, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai.*

No	Kelompok Usia (Tahun)	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	22-29	4	12,50
2.	30-37	18	56,25
3.	38-46	10	31,25
<b>Jumlah</b>		<b>32</b>	<b>100</b>
<b>Umur Minimum</b>		<b>:22 Tahun</b>	
<b>Umur Maksimum</b>		<b>:46 Tahun</b>	
<b>Umur Rata- rata</b>		<b>:35 Tahun</b>	

Sumber :Lampiran 2, 2024.

Berdasarkan Tabel 11 identitas responden berdasarkan usia di Kelurahan Biringere, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai dengan jumlah responden berjumlah 32 orang, untuk usia 22-29 tahun sebanyak 4 orang dengan persentase 12.50%, umur 30-37 sebanyak 18 orang dengan persentase 56,25% dan usia 38-46 sebanyak 10 orang dengan persentase 31,25%. Umur minimum 22 tahun, umur maksimum 46 tahun dan umur rata-rata responden adalah 35 tahun. Artinya rata-rata umur owner *UMKM Coffee Shop* di Kelurahan Biringere, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai berumur 35 tahun.

### 5.1.3. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan juga dapat dijadikan sebagai parameter seseorang dalam mempengaruhi pekerjaan orang tersebut. Sehingga responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada Tabel 12 berikut:

*Tabel 12. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan di Kelurahan Biringere, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai.*

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	SMA	12	37,5
2.	Diploma	0	0
3.	Strata 1	19	59,4

4.	Strata 2	1	6,3
<b>Jumlah</b>		<b>32</b>	<b>100</b>

Sumber: Lampiran 2, 2024

Berdasarkan Tabel 12 identitas responden dibagi menjadi 4 yaitu tingkat SMA, Dlpoma, Strata 1 dan Strata 2 dengan jumlah total responden sebanyak 32 orang. Tingakt SMA berjumlah 12 orang dengan persentasi 37,5%, Strata 1 berjumlah 19 responden dengan persentasi 59,4% dan Strata 2 berjumlah 1 orang dengan persentase 6,3%. Jumlah responden terbanyak berdasarkan tingkat pendidikan adalah strata 1 yaitu sebanyak 19 responden. Jumlah responden terbanyak ada pada kelompok pendidikan starata 1, kemudian SMA dengan jumlah 12 responden dan yang terakhir adalah strata 2 dengan jumlah 1 responden. Artinya owner UMKM *Coffee Shop* yang berada di Kelurahan Biringere, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai memiliki tingkat pendidikan paling tinggi adalah strata 1 sebanyak 59, 4%.

## 5.2. Deskripsi Karakteristik Wirausaha UMKM *Coffee Shop*

### 5.2.1. Percaya Diri,

Bersikap percaya diri yaitu pengusaha tidak akan merasa ragu terhadap gagasannya sendiri. Mereka yakin dengan kemampuan berpikirnya dan tidak mudah merasa minder, bahkan merasa orang-orang yang lebih sukses. Rasa percaya diri juga membuat seorang wirausahanya selalu bertanggung jawab dalam membuat keputusan dan mempercayai kemampuan dirinya. Adapun indikator dari percaya yaitu :

1. Bertanggung jawab atas keputusan dan kemampuan dirinya dalam mengembangkan usaha *Coffee Shop* berikut adalah Tabel 13 jawaban responden

Tabel 13. Karakteristik Wirausaha Responden atas Sub Variabel Percaya Diri, Indikator Tanggung Jawab

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Jumlah Responden	Persentase (%)	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	9	28,13	45
2.	Setuju	4	3	9,38	12
3.	Ragu-ragu	3	10	31,25	30
4.	Tidak setuju	2	2	6,25	4
5.	Sangat tidak setuju	1	8	25,00	8
<b>Jumlah</b>			<b>32</b>	<b>100</b>	<b>99</b>

Sumber: Lampiran 3,2024

Berdasarkan Tabel 13 sangat setuju dengan tanggung jawab dalam menjalankan usahanya sebanyak 9 responden dalam persentase 28,13% dengan total skor 45, setuju sebanyak 3 responden dalam persentase 9,38% dengan total skor 12, ragu ragu sebanyak 10 responden dalam persentase 31,25% dengan total skor 30, responden tidak setuju sebanyak 2 responden dalam persentase 6,25% dengan total skor 4, responden yang sangat tidak setuju sebanyak 8 responden dalam persentase 25,00% dengan total skor 8. Artinya owner UMKM *Coffee Shop* masih ragu-ragu dalam membuat keputusan dan kemampuan dirinya dalam mengembangkan usahanya masih karna masih selalu melibatkan orang lain dalam membuat keputusan dengan persentase 31,25%. Jadi total skor pada sub variabel percaya diri, indikator bertanggung jawab adalah 99.

2. Mempercayai kemampuan diri adalah sikap yang harus dimiliki wirausaha untuk mencapai tujuan usahanya berikut adalah tabel jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 14 berikut:

*Tabel 14. Karakteristik Wirausaha Responden atas Sub Variabel Percaya Diri, Indikator Percaya Kemampuan Diri Sendiri*

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Jumlah Responden	Persentase (%)	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	11	34,37	55
2.	Setuju	4	9	28,13	36
3.	Ragu-ragu	3	9	28,13	27
4.	Tidak setuju	2	3	9,37	6
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
<b>Jumlah</b>			<b>32</b>	<b>100</b>	<b>124</b>

Sumber: Lampiran 3,2024

Bersarkan Tabel 14 mempercayai kemampuan dirinya dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 11 responden dengan persentase 34,37% dengan skor 55, setuju sebanyak 9 responden dengan persentase 28,13% dengan skor 36, responden ragu-ragu sebanyak 9 responden dengan persentase 28,13% dengan skor 27, responden tidak setuju sebanyak 3 responden dengan persentase 9,37% dengan skor 6, sangat tidak setuju sebanyak 0,00%. Artinya owner UMKM *Coffee Shop* sangat setuju dengan kemampuan dirinya sendiri dalam mengembangkan usahanya karna dengan percaya diri mereka lebih bisa membuat sesuatu yang baru dalam mengembangkan usahanya dengan persentase 34,37%. Jadi total skor pada sub variabel percaya diri, indikator percaya diri kemampuan diri sendiri adalah 124.

Berikut adalah tabel rekapitulasi dari sub variabel percaya diri dalam berwirausaha dapat dilihat pada Tabel 15 berikut:

*Tabel 15. Rekapitulasi Sub Variabel Percaya Diri Dalam Berwirausaha*

No	Indikator	Total Skor
1.	Tanggung Jawab	99
2.	Kemampuan Sendiri	124
<b>Total</b>		<b>223</b>

Kategori	Sesuai
----------	--------

Berdasarkan Tabel 15 total skor pada indikator tanggung jawab sebesar skor 99, skor percaya diri dengan skor 124, total keseluruhan skor sub variabel percaya diri sebesar 223, masuk dalam kategori sesuai. Artinya karakter wirausaha *Coffee Shop* di Kelurahan Biringere, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai termasuk kategori percaya diri.

### 5.2.2. Berani Mengambil Risiko

Berani mengambil risiko memiliki sikap bertanggung jawab atas semua keputusan serta mengambil resiko terberat. Berani mengambil resiko jika nantinya bisnis akan mengalami kerugian ataupun kegagalan. Dengan begitu, wirausahawan kemudian dapat mengatasinya dengan baik serta memiliki solusi supaya kejadian yang terjadi tidak dapat terulang lagi. Adapun indikatornya sebagai berikut :

1. Pantang menyerah dalam mengambil risiko yang akan dihadapi dalam mengembangkan usaha. Berikut adalah tabel jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 16 berikut:

*Tabel 16. Karakteristik Wirausaha Responden atas Sub Variabel Berani Mengambil Risiko, Indikator Pantang Menyerah*

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Jumlah Responden	Persentase (%)	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	8	25,00	40
2.	Setuju	4	9	28,13	36
3.	Ragu-ragu	3	15	46,88	45
4.	Tidak setuju	2	0	0,00	0
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
<b>Jumlah</b>			<b>32</b>	<b>100</b>	<b>121</b>

Sumber: Lampiran 3,2024

Berdasarkan Tabel 16 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 8 responden dengan persentase 25,00% dengan skor 40, setuju sebanyak 9 responden dengan persentase 28,13% dengan skor 36, responden ragu-ragu sebanyak 15 responden dengan persentase 46,88% dengan skor 45, responden tidak setuju sebanyak 0 responden

dengan persentase 0,00% dengan skor 0, sangat tidak setuju sebanyak 0,00%. Artinya owner UMKM *Coffee Shop* masih ragu-ragu dengan pantang menyerah dalam mengambil risiko yang akan dihadapi dalam mengembangkan usaha karena terkadang ada tindakan yang dilakukan dalam mengembangkan usaha masih belum yakin akan berhasil karena mengingat risiko yang akan dialami ketika gagal dengan persentase 46,88%. Jadi total skor pada sub variabel percaya diri, indikator pantang menyerah adalah 121.

2. Berani menghadapi dan menanggung apabila terjadi hal yang tidak diinginkan dalam menjalankan usaha. Berikut adalah tabel jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 17 berikut:

Tabel 17. Karakteristik Wirausaha Responden atas Sub Variabel Berani Menghadapi dan Menanggung Apabila Terjadi hal yang Tidak Diinginkan, Indikator Berani Menanggung Risiko

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Jumlah Responden	Persentase (%)	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	12	37,50	60
2.	Setuju	4	11	34,38	44
3.	Ragu-ragu	3	9	28,13	27
4.	Tidak setuju	2	0	0,00	0
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
<b>Jumlah</b>			<b>32</b>	<b>100</b>	<b>131</b>

Sumber: Lampiran 3,2024

Berdasarkan Tabel 17 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 12 responden dengan persentase 37,50% dengan skor 60, setuju sebanyak 11 responden dengan persentase 34,38% dengan skor 44, responden ragu-ragu sebanyak 9 responden dengan persentase 28,13% dengan skor 27, responden tidak setuju sebanyak 0 responden dengan persentase 0,00% dengan skor 0, sangat tidak setuju sebanyak 0,00%. Artinya owner UMKM *Coffee Shop* sangat setuju dalam menghadapi dan menanggung apabila terjadi hal yang tidak diinginkan dalam menjalankan usaha dengan persentase 37,50%. Jadi total skor pada sub variabel berani mengambil risiko, indikator berani menghadapi dan menanggung apabila terjadi hal yang tidak diinginkan adalah 131.

Berikut adalah tabel rekapitulasi dari sub variabel berani mengambil risiko dapat dilihat pada Tabel 18 berikut:

Tabel 18. Rekapitulasi Sub Variabel Berani Mengambil Risiko

No	Indikator	Total Skor
1.	Pantang menyerah	121
2.	Berani menanggung risiko	131
<b>Total</b>		<b>252</b>
<b>Kategori</b>		<b>Sesuai</b>

Berdasarkan Tabel 18 total skor pada indikator pantang menyerah dengan skor 121, berani menanggung risiko dengan skor 131, total keseluruhan skor sub variabel berani mengambil risiko dengan skor 252, masuk dalam kategori sesuai. Artinya



karakter wirausaha *Coffee Shop* di Kelurahan Biringere, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai termasuk kategori berani mengambil risiko.

### 5.2.3. Memiliki Komitmen

Memiliki komitmen berkaitan erat dengan setiap perkataan atau tindakan yang akan dipertanggung jawabkan. Dengan komitmen yang tinggi dalam membangun usaha, kemudian akan membuat kepercayaan dirimu ataupun perusahaan sehingga bisnis akan menjadi lebih mudah. Adapun indikatornya sebagai berikut:

1. Kualitas dan layanan merupakan suatu sikap yang harus dipertahankan dan dikembangkan dalam menjalankan usahanya. Berikut adalah tabel jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 19 berikut:

*Tabel 19. Karakteristik Wirausaha Responden Atas Sub Variabel Memiliki Komitmen, Indikator Kualitas Dan Layanan.*

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Jumlah Responden	Persentase (%)	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	11	34,38	55
2.	Setuju	4	4	12,50	16
3.	Ragu-ragu	3	17	53,13	51
4.	Tidak setuju	2	0	0,00	0
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
<b>Jumlah</b>			<b>32</b>	<b>100</b>	<b>122</b>

Sumber: Lampiran 3,2024

Berdasarkan Tabel 19 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 11 responden dengan persentase 34,38% dengan skor 55, setuju sebanyak 4 responden dengan persentase 12,50% dengan skor 16, responden ragu-ragu sebanyak 17 responden dengan persentase 53,13% dengan skor 51, responden tidak setuju sebanyak 0 responden dengan persentase 0,00% dengan skor 0, sangat tidak setuju sebanyak 0,00%. Artinya owner UMKM *Coffee Shop* masih ragu-ragu dalam kualitas dan layanan yang diberikan dalam menjalankan usahanya karena terkdang ada konsumen yang masih merasa kurang dengan kualitas dan layanan yang di berikan tetapi ada juga

yakonsumen yang merasa puas dengan persentase 53,13 %. Jadi total skor pada sub variabel memiliki komitmen, indikator konsisten adalah 122.

2. Konsisten adalah suatu komitmen yang harus dipertahankan dalam usaha yang dijalankan. Berikut adalah tabel jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 20 berikut:

*Tabel 20. Karakteristik Wirausaha Responden Atas Sub Variabel Memiliki Komitmen, Indikator konsisten.*

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Jumlah Responden	Persentase (%)	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	11	34,38	55
2.	Setuju	4	4	12,50	16
3.	Ragu-ragu	3	17	53,13	51
4.	Tidak setuju	2	0	0,00	0
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
<b>Jumlah</b>			<b>32</b>	<b>100</b>	<b>123</b>

Sumber: Lampiran 3, 2024

Berdasarkan Tabel 20 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 11 responden dengan persentase 34,38% dengan skor 55, setuju sebanyak 4 responden dengan persentase 12,50% dengan skor 16, responden ragu-ragu sebanyak 17 responden dengan persentase 53,13% dengan skor 51, responden tidak setuju sebanyak 0 responden dengan persentase 0,00% dengan skor 0, sangat tidak setuju sebanyak 0,00%. Artinya owner UMKM *Coffee Shop* masih ragu-ragu dengan komitmen yang harus dipertahankan dalam usaha yang dijalankan karena terkadang ada saja hal-hal yang owner *Coffee Shop* untuk tidak melanjutkan usahanya dengan persentase 53,13%. Jadi total skor pada sub variabel memiliki komitmen, indikator konsisten adalah 123.

Berikut adalah tabel rekapitulasi dari sub memiliki komitmen dapat dilihat pada Tabel 21 berikut:

*Tabel 21. Rekapitulasi Sub Variabel Memiliki Komitmen*

No	Indikator	Total Skor
1.	Kualitas dan layanan	123
2.	konsisten	122
<b>Total</b>		<b>245</b>
<b>Kategori</b>		<b>Sesuai</b>

Berdasarkan Tabel 21 total skor pada indikator kualitas dan layanan dengan skor 123, konsisten dengan skor 122, total keseluruhan skor sub variabel memiliki komitmen dengan skor 245, masuk dalam kategori sesuai. Artinya karakter wirausaha *Coffee Shop* di Kelurahan Biringere, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai termasuk kategori memiliki komitmen untuk mencapai tujuan berusahnya.

#### 5.2.4. Memiliki Etos Kerja

Memiliki etos kerja adalah keyakinan seseorang terhadap pekerjaan dan tanggung jawab dalam melakukan pekerjaan. Dengan menerapkan hal tersebut, maka akan membentuk pribadi dan etos kerja yang lebih baik. Adapun indikatornya sebagai berikut :

1. Semangat kerja adalah keseriusan dalam hal bekerja untuk mengembangkan usaha.

Berikut adalah tabel jawaban responden semangat kerja dapat di lihat pada Tabel 22 berikut:

*Tabel 22. Karakteristik Wirausaha Responden atas Sub Variabel Memiliki Etos Kerja, Indikator Semangat Kerja.*

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Jumlah Responden	Persentase (%)	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	18	56,25	90
2.	Setuju	4	2	6,25	8
3.	Ragu-ragu	3	12	37,50	36
4.	Tidak setuju	2	0	0,00	0
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
<b>Jumlah</b>			<b>32</b>	<b>100</b>	<b>134</b>

Sumber: Lampiran 3,2024

Berdasarkan Tabel 22 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 18 responden dengan persentase 56,25% dengan skor 90, setuju sebanyak 2 responden dengan persentase 6,25% dengan skor 8, responden ragu-ragu sebanyak 12 responden dengan persentase 37,50% dengan skor 36, responden tidak setuju sebanyak 0 responden dengan persentase 0,00% dengan skor 0, sangat tidak setuju sebanyak 0,00%. Artinya owner UMKM *Coffee Shop* sangat setuju dengan keseriusan dalam hal

bekerja untuk mengembangkan usaha *Coffee Shop* dengan persentase 56,25%. Jadi total skor pada sub variabel memiliki etos kerja, indikator semangat kerja adalah 134.

2. Kualitas kerja adalah keseriusan dalam hal bekerja untuk menghasilkan pekerjaan yang berkualitas. Berikut adalah tabel jawaban responden kualitas kerja dapat di lihat pada Tabel 23 berikut:

*Tabel 23. Karakteristik Wirausaha Responden atas Sub Variabel Memiliki Etos Kerja, Indikator Kualitas Kerja.*

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Jumlah Responden	Persentase (%)	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	23	72,88	115
2.	Setuju	4	3	9,38	12
3.	Ragu-ragu	3	6	18,75	18
4.	Tidak setuju	2	0	0,00	0
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
<b>Jumlah</b>			<b>32</b>	<b>100</b>	<b>145</b>

Sumber: Lampiran 3,2024

Berdasarkan Tabel 23 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 23 responden dengan persentase 72,88% dengan skor 115, setuju sebanyak 3 responden dengan persentase 9,38% dengan skor 12, responden ragu-ragu sebanyak 6 responden dengan persentase 18,75% dengan skor 18, responden tidak setuju sebanyak 0 responden dengan persentase 0,00% dengan skor 0, sangat tidak setuju sebanyak 0,00%. Artinya owner UMKM *Coffee Shop* sangat setuju dengan keseriusan mereka dalam hal bekerja untuk menghasilkan pekerjaan yang berkualitas untuk mengembangkan usahanya dengan persentase 72,88%. Jadi total skor pada sub variabel memiliki etos kerja, indikator kualitas kerja adalah 145.

Berikut adalah tabel rekapitulasi dari sub variabel memiliki etos kerja dapat dilihat pada Tabel 24 berikut:

*Tabel 24. Rekapitulasi Sub Variabel Memiliki Etos Kerja*

No	Indikator	Total Skor
1.	Semangat kerja	134
2.	Kualitas kerja	145
<b>Total</b>		<b>279</b>

<b>Kategori</b>	<b>Sangat Sesuai</b>
-----------------	----------------------

Berdasarkan Tabel 24 total skor pada indikator semangat kerja dengan skor 134, kualitas kerja dengan skor 145, total keseluruhan skor sub variabel memiliki etos kerja dengan skor 279, masuk dalam kategori sangat sesuai. Artinya karakter wirausaha *Coffee Shop* di Kelurahan Biringere, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai termasuk kategori memiliki etos kerja yang sangat kuat terhadap aktivitas berwirausaha.

### 5.2.5. Memiliki Sikap Kemandirian

Memiliki sikap kemandirian adalah seseorang yang memiliki kemauan dan keinginan untuk bertindak dan membuat keputusan, kemandirian memberikan kesempatan bagi wirausaha untuk dapat menentukan sendiri tujuan dan keputusan yang tepat untuk usahanya.

Berikut adalah sub indikator dari memiliki sikap kemandirian:

1. Tidak bergantung pada orang lain karena wirausaha harus kreatif dalam mengembangkan segala ide dan pikirannya, terutama dalam menciptakan suatu peluang usaha. Berikut adalah tabel jawaban responden tidak bergantung pada orang lain dapat dilihat pada Tabel 25 berikut:

*Tabel 25. Karakteristik Wirausaha Responden atas Sub Variabel Memiliki Sikap Kemandirian, Indikator Tidak Bergantungan pada Orang Lain.*

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Jumlah Responden	Persentase (%)	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	18	56,25	90
2.	Setuju	4	2	6,25	8
3.	Ragu-ragu	3	12	37,50	36
4.	Tidak setuju	2	0	0,00	0
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
<b>Jumlah</b>			<b>32</b>	<b>100</b>	<b>134</b>

Sumber: Lampiran 3,2024

Berdasarkan Tabel 25 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 18 responden dengan persentase 56,25% dengan skor 90, setuju sebanyak 2 responden dengan persentase 6,25% dengan skor 8, responden ragu-ragu sebanyak 12 responden dengan persentase 37,50% dengan skor 36, responden tidak setuju sebanyak 0

responden dengan persentase 0,00% dengan skor 0, sangat tidak setuju sebanyak 0,00%. Artinya owner UMKM *Coffee Shop* sangat setuju dengan sikap tidak bergantung pada orang lain dalam mengembangkan segala ide dan pikirannya untuk menciptakan suatu peluang usaha dengan persentase 56,25%. Jadi total skor pada sub memiliki sikap kemandirian, indikator tidak bergantung pada orang lain adalah 134.

2. Memiliki sifat inisiatif mengatur diri sendiri sangat penting karena dapat membantu perusahaan menemukan cara baru dan efektif dalam meningkatkan produktivitas, kualitas produk atau layanan, serta keutungan. Berikut adalah tabel jawaban responden memiliki sifat inisiatif mengatur diri sendiri dapat dilihat pada Tabel 26 berikut:

*Tabel 26. Karakteristik Wirausaha Responden atas Sub Variabel Memiliki Sikap Kemandirian, Indikator Memiliki Sifat Inisiatif Mengatur Diri Sendiri.*

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Jumlah Responden	Persentase (%)	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	21	65,63	105
2.	Setuju	4	1	3,13	4
3.	Ragu-ragu	3	10	31,25	30
4.	Tidak setuju	2	0	0,00	0
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
<b>Jumlah</b>			<b>32</b>	<b>100</b>	<b>139</b>

Sumber: Lampiran 3,2024

Berdasarkan Tabel 26 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 21 responden dengan persentase 65,63% dengan skor 105, setuju sebanyak 1 responden dengan persentase 3,13% dengan skor 4, responden ragu-ragu sebanyak 10 responden dengan persentase 31,25% dengan skor 30, responden tidak setuju sebanyak 0 responden dengan persentase 0,00% dengan skor 0, sangat tidak setuju sebanyak 0,00%. Artinya owner UMKM *Coffee Shop* sangat setuju dengan sifat inisiatif karena sangat membantu usaha menemukan cara baru dan efektif dalam mengembangkan usahanya dengan persentase 65,63%. Jadi total skor pada sub memiliki sikap kemandirian, indikator memiliki sifat inisiatif mengatur diri sendiri adalah 139.

Berikut adalah tabel rekapitulasi dari sub memiliki sikap kemandirian dapat dilihat pada Tabel 27 berikut:

*Tabel 27. Rekapitulasi Sub Memiliki Sikap Kemandirian.*

<b>No</b>	<b>Indikator</b>	<b>Total Skor</b>
1.	Tidak bergantung pada orang lain	134
2.	Memiliki sifat inisiatif mengatur diri sendiri	139
<b>Total</b>		<b>273</b>
<b>Kategori</b>		<b>Sangat sesuai</b>

Berdasarkan Tabel 27 total skor pada indikator tidak bergantung pada orang lain dengan skor 134, memiliki sifat inisiatif mengatur diri sendiri dengan skor 139, total keseluruhan skor sub variabel memiliki sikap kemandiriana dengan skor 273, masuk dalam kategori sangat sesuai. Artinya karakter wirausaha *Coffee Shop* di Kelurahan Biringere, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai termasuk kategori sangat mandiri dalam mengambil keputusan.

### **5.3. Deskripsi Strategi Pemasaran Yang di Terapkan UMKM Coffee Shop**

Strategi pemasaran yang diterapkan UMKM coffee Shop yang di kelurahan Biringere adalah strategi marketing mix 4P yaitu produk, harga, promosi dan tempat, memilih dan menganalisa pasar merupakan kelompok yang ingin dicapai oleh perusahaan dan menciptakan suatu bauran pemarkasan yang cocok dan yang dapat memuaskan pasar sasaran tersebut dengan mengombinasikan dengan 4p atau marketing mix

#### **5.3.1. Produk (Product)**

Produk adalah hasil dari suatu proses yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

1. Produk memiliki kualitas yang baik adalah suatu hal yang paling utama untuk membangun reputasi merek yang kuat. Berikut adalah tabel jawaban responden produk memiliki kualitas produk yang baik dapat dilihat pada Tabel 28 berikut:

Tabel 28. Strategi Pemasaran Responden atas Sub Variabel Produk, Indikator Kualitas Produk

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Jumlah Responden	Persentase (%)	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	14	43,75	70
2.	Setuju	4	9	28,13	36
3.	Ragu-ragu	3	9	28,13	27
4.	Tidak setuju	2	0	0,00	0
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
<b>Jumlah</b>			<b>32</b>	<b>100</b>	<b>133</b>

Sumber: Lampiran 4,2024

Berdasarkan Tabel 28 responden yang menjawab sangat setuju dengan kualitas produk yang di jual memiliki kualitas yang baik sebanyak 14 responden dengan persentase 43,75% dengan skor 70, responden yang menjawab setuju dengan kualitas produk yang di jual memiliki kualitas yang baik sebanyak sebanyak 9 responden dengan persentase 28,13% dengan skor 36, responden responden yang menjawab ragu-ragu dengan kualitas produk yang di jual memiliki kualitas yang baik sebanyak 9 responden dengan persentase 28,13% dengan skor 27, responden tidak setuju sebanyak 0 responden dengan persentase 0,00% dengan skor 0, sangat tidak setuju sebanyak 0,00%. Artinya owner UMKM *Coffee Shop* sangat setuju dengan kualitas produk mereka yang memiliki kualitas yang baik dengan persentase 43,75%. Jadi total skor pada sub produk, indikator produk memiliki kualitas yang baik adalah 133.

2. Varian menu kopi yang beragam dapat meningkatkan pengalaman konsumen, sehingga meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Berikut adalah tabel jawaban responden varian menu dapat dilihat pada Tabel 29 berikut:

Tabel 29. Strategi Pemasaran Responden atas Sub Variabel Produk, Indikator Varian Menu.

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Jumlah Responden	Persentase (%)	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	13	40,63	65
2.	Setuju	4	13	40,63	52
3.	Ragu-ragu	3	6	18,75	18
4.	Tidak setuju	2	0	0,00	0
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
<b>Jumlah</b>			<b>32</b>	<b>100</b>	<b>135</b>

Sumber: Lampiran 4,2024



Berdasarkan Tabel 29 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 13 responden dengan persentase 40,63% dengan skor 65, setuju sebanyak 13 responden dengan persentase 40,63% dengan skor 52, responden ragu-ragu sebanyak 6 responden dengan persentase 18,75% dengan skor 18, responden tidak setuju sebanyak 0 responden dengan persentase 0,00% dengan skor 0, sangat tidak setuju sebanyak 0,00%. Artinya owner UMKM *Coffee Shop* sangat setuju dan setuju dengan varian produk yang di tawarkan memiliki varian menu yang banyak dengan persentase sangat setuju 40,63% dan sangat setuju 40,63% Jadi total skor pada sub produk, indikator varian menu adalah 135.

Berikut adalah tabel rekapitulasi dari sub produk dapat dilihat pada Tabel 30 berikut:

*Tabel 30. Rekapitulasi Sub Variabel Produk*

No	Indikator	Total Skor
1.	Produk memiliki kualitas yang baik	133
2.	Varian menu	135
<b>Total</b>		<b>268</b>
<b>Kategori</b>		<b>Sangat sesuai</b>

Berdasarkan Tabel 30 total skor pada indikator produk memiliki kualitas yang baik dengan skor 133, varian menu dengan skor 135, total keseluruhan skor sub variabel produk dengan skor 268, masuk dalam kategori sangat sesuai. Artinya produk *Coffee Shop* di Kelurahan Biringere, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai termasuk kategori sangat berkualitas.

### 5.3.2. Harga

Harga adalah jumlah atau nilai yang ditetapkan atau diminta untuk memperoleh suatu barang.

1. Penentuan harga berdasarkan keterjangkauan merupakan faktor yang penting dalam sebuah usaha, penentuan harga yang didasarkan pada keterjangkauan harga beli

konsumen *Coffee Shop*. Berikut adalah tabel jawaban responden keterjangkauan harga dapat dilihat pada Tabel 31 berikut:

Tabel 31. Strategi Pemasaran Responden atas Sub Variabel Harga, Indikator Keterjangkauan Harga.

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Jumlah Responden	Persentase (%)	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	12	37,50	60
2.	Setuju	4	16	50,00	64
3.	Ragu-ragu	3	4	12,50	12
4.	Tidak setuju	2	0	0,00	0
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
<b>Jumlah</b>			<b>32</b>	<b>100</b>	<b>136</b>

Sumber: Lampiran 4,2024

Berdasarkan Tabel 31 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 12 responden dengan persentase 37,50% dengan skor 60, setuju sebanyak 16 responden dengan persentase 50,00% dengan skor 64, responden ragu-ragu sebanyak 4 responden dengan persentase 12,50% dengan skor 12, responden tidak setuju sebanyak 0 responden dengan persentase 0,00% dengan skor 0, sangat tidak setuju sebanyak 0,00%. Artinya owner UMKM *Coffee Shop* setuju dengan penentuan harga berdasarkan keterjangkauan harga beli konsumen dengan harga persentase 50,00%. Jadi total skor pada sub harga, indikator keterjangkauan harga adalah 136.

2. Penentuan harga berdasarkan kualitas, produk yang ditawarkan pada Coffe Shop di kelurahan biringere ditentukan berdasarkan dengan kualitas. Berikut adalah tabel jawaban responden keterjangkauan harga dapat dilihat pada Tabel 32 berikut:

Tabel 32. Strategi Pemasaran Responden atas Sub Variabel Harga, Indikator Penentuan Harga Berdasarkan Kualitas.

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Jumlah Responden	Persentase (%)	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	20	62,50	100
2.	Setuju	4	11	34,38	44
3.	Ragu-ragu	3	1	3,13	3
4.	Tidak setuju	2	0	0	0
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0	0
<b>Jumlah</b>			<b>32</b>	<b>100</b>	<b>147</b>

Sumber: Lampiran 3,2024

Berdasarkan Tabel 32 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 20 responden dengan persentase 62,50% dengan skor 100, setuju sebanyak 11 responden dengan persentase 3,13% dengan skor 44, responden ragu-ragu sebanyak 1 responden dengan persentase 12,50% dengan skor 12, responden tidak setuju sebanyak 0 responden dengan persentase 0,00% dengan skor 0, sangat tidak setuju sebanyak 0,00%. Artinya owner UMKM *Coffee Shop* sangat setuju dengan penentuan harga berdasarkan kualitas produk yang di tawarkan dengan persentase 62,50 %. Jadi total skor pada sub harga, indikator penentuan harga berdasarkan kualitas adalah 147.

Berikut adalah tabel rekapitulasi dari sub harga dapat dilihat pada Tabel 33 berikut:

Tabel 33. Rekapitulasi Sub Variabel Harga

No	Indikator	Total Skor
1.	Keterjangkauan harga	136
2.	Penentuan harga berdasarkan kualitas	147
<b>Total</b>		<b>283</b>
<b>Kategori</b>		<b>Sangat sesuai</b>

Berdasarkan Tabel 33 total skor pada indikator keterjangkauan harga dengan skor 136, penentuan harga berdasarkan kualitas dengan skor 147, total keseluruhan skor sub variabel harga dengan skor 283, masuk dalam kategori sangat sesuai. Artinya harga yang ditawarkan oleh *Coffee Shop* di Kelurahan Biringere, Kecamatan Sinjai Utara,

Kabupaten Sinjai termasuk kategori sangat terjangkau namun sesuai dengan kualitasnya.

### 5.3.3. Promosi

Promosis adalah kegiatan yang dilakukan untuk mempengaruhi konsumen terhadap suatu produk yang ditawarkan dengan berbagai cara seperti promosi secara langsung di tempat dan promosi melalui media sosial

1. Promosi secara langsung adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk menarik konsumen dengan memberikan berbagai promo secara langsung di tempat *Coffee Shop*. Berikut adalah tabel jawaban responden promosi secara langsung dapat dilihat pada

Tabel 34 berikut:

*Tabel 34. Strategi Pemasaran Responden atas Sub Variabel Promosi, Indikator Promosi Secara Langsung.*

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Jumlah Responden	Persentase (%)	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	13	40,63	65
2.	Setuju	4	12	37,50	48
3.	Ragu-ragu	3	7	21,88	21
4.	Tidak setuju	2	0	0,00	0
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
<b>Jumlah</b>			<b>32</b>	<b>100</b>	<b>134</b>

Sumber: Lampiran 4,2024

Berdasarkan Tabel 34 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 13 responden dengan persentase 40,63% dengan skor 65, setuju sebanyak 12 responden dengan persentase 37,50% dengan skor 48, responden ragu-ragu sebanyak 7 responden dengan persentase 21,88% dengan skor 21, responden tidak setuju sebanyak 0 responden dengan persentase 0,00% dengan skor 0, sangat tidak setuju sebanyak 0,00%. Artinya owner UMKM *Coffee Shop* sangat setuju dengan promosi yang dilakukan secara langsung untuk menarik konsumen agar datang kembali di *Coffee Shop*-nya dengan persentase 40,63%. Jadi total skor pada sub promosi, indikator promosi secara langsung adalah 134.

2. Promosi melalui media sosial adalah suatu bentuk promosi dengan memanfaatkan berbagai media sosial untuk menarik pelanggan. Berikut adalah tabel jawaban responden promosi melalui media sosial dapat dilihat pada Tabel 35 berikut:

*Tabel 35. Strategi Pemasaran Responden atas Sub Variabel Promosi, Promosi Melalui Media Sosial.*

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Jumlah Responden	Persentase (%)	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	23	71,88	115
2.	Setuju	4	8	25,00	32
3.	Ragu-ragu	3	1	3,13	3
4.	Tidak setuju	2	0	0,00	0
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
<b>Jumlah</b>			<b>32</b>	<b>100</b>	<b>150</b>

Sumber: Lampiran 4,2024

Berdasarkan Tabel 35 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 23 responden dengan persentase 71,88% dengan skor 115, setuju sebanyak 8 responden dengan persentase 25,00% dengan skor 32, responden ragu-ragu sebanyak 1 responden dengan persentase 3,13% dengan skor 3, responden tidak setuju sebanyak 0 responden dengan persentase 0,00% dengan skor 0, sangat tidak setuju sebanyak 0,00%. Artinya owner UMKM *Coffee Shop* sangat setuju dengan promosi yang dilakukan melalui media sosial karna dengan melalui media sosial jangkauan promosinya lebih luas dengan persentase 71,88%. Jadi total skor pada sub promosi, indikator promosi melalui media sosial adalah 150.

Berikut adalah tabel rekapitulasi dari sub promosi dapat dilihat pada Tabel 36 berikut:

*Tabel 36. Rekapitulasi Sub Variabel Promosi.*

No	Indikator	Total Skor
1.	Promosi secara langsung	134
2.	Promosi melalui media sosial	150
<b>Total</b>		<b>284</b>
<b>Kategori</b>		<b>Sangat sesuai</b>

Berdasarkan Tabel 36 total skor pada indikator promosi secara langsung dengan skor 134, promosi melalui media sosial dengan skor 150, total keseluruhan skor sub variabel promosi dengan skor 284, masuk dalam kategori sangat sesuai. Artinya promosi yang telah dilakukan wirausaha oleh *Coffee Shop* di Kelurahan Biringere, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai dilakukan dengan sangat baik, baik secara *offline* maupun *online* (media Sosial)

#### **5.3.4. Tempat**

Tempat adalah strategi pemasaran dengan pemilihan lokasi *Coffee Shop* didirikan

1. Penentuan lokasi *Coffee Shop* sangatlah penting dalam pendirian suatu usaha. Berikut adalah tabel jawaban responden penentuan lokasi *Coffee Shop* dapat dilihat pada Tabel 37 berikut:

Tabel 37. Strategi Pemasaran Responden atas Sub Variabel Tempat, Indikator Penentuan Lokasi *Coffee Shop* Sangat Penting.

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Jumlah Responden	Persentase (%)	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	27	84,38	135
2.	Setuju	4	5	15,63	20
3.	Ragu-ragu	3	0	0,00	0
4.	Tidak setuju	2	0	0,00	0
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
<b>Jumlah</b>			<b>32</b>	<b>100</b>	<b>155</b>

Sumber: Lampiran 4,2024

Berdasarkan Tabel 37 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 27 responden dengan persentase 84,38% dengan skor 135, setuju sebanyak 5 responden dengan persentase 15,63% dengan skor 20, responden ragu-ragu sebanyak 0 responden dengan persentase 0,00% dengan skor 0, responden tidak setuju sebanyak 0 responden dengan persentase 0,00% dengan skor 0, sangat tidak setuju sebanyak 0,00%. Artinya owner UMKM *Coffee Shop* sangat setuju dengan penentuan lokasi *Coffee Shop* karena mempengaruhi keberlanjutan dari usaha yang di jalankan dengan persentase 84,38 %. Jadi total skor pada sub tempat, penentuan lokasi *Coffee Shop* sangat penting. adalah 155.

2. Penentuan lokasi *Coffee Shop* dengan melihat kondisi kepadatan penduduk sekitar. Berikut adalah tabel jawaban responden penentuan lokasi *Coffee Shop* dengan melihat kondisi kepadatan penduduk dapat dilihat pada Tabel 38 berikut:

Tabel 38. Strategi Pemasaran Responden atas Sub Variabel Tempat, Indikator Penentuan Lokasi Coffee Shop dengan Melihat Kondisi Kepadatan Penduduk.

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Jumlah Responden	Persentase (%)	Total Skor
1.	Sangat setuju	5	29	90,63	145
2.	Setuju	4	3	9,38	12
3.	Ragu-ragu	3	0	0,00	0
4.	Tidak setuju	2	0	0,00	0
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
<b>Jumlah</b>			<b>32</b>	<b>100</b>	<b>157</b>

Sumber: Lampiran 4,2024

Berdasarkan Tabel 38 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 29 responden dengan persentase 90,63% dengan skor 145, setuju sebanyak 3 responden dengan persentase 9,38% dengan skor 12, responden ragu-ragu sebanyak 0 responden dengan persentase 0,00% dengan skor 0, responden tidak setuju sebanyak 0 responden dengan persentase 0,00% dengan skor 0, sangat tidak setuju sebanyak 0,00%. Artinya owner UMKM *Coffee Shop* sangat setuju dalam menentukan lokasi *Coffee Shop* dengan melihat kondisi kepadatan penduduk akan menentukan juga keberlanjutan dari usaha *Coffee Shop* dengan persentase 90,63%. Jadi total skor pada sub tempat, penentuan lokasi *Coffee Shop* dengan melihat kepadatan penduduk adalah 155.

Berikut adalah tabel rekapitulasi dari sub tempat dapat dilihat pada Tabel 39 berikut:

Tabel 39. Rekapitulasi Sub Variabel Tempat.

No	Indikator	Total Skor
1.	Lokasi	155
2.	kepadaatan penduduk	157
<b>Total</b>		<b>312</b>
<b>Kategori</b>		<b>Sangat sesuai</b>

Berdasarkan Tabel 39 total skor pada indikator Penentuan *Coffee Shop* sangatlah penting dengan skor 155, Penentuan *Coffee Shop* dengan melihat kondisi kepadatan penduduk dengan skor 157, total keseluruhan skor sub variabel promosi dengan skor 312, masuk dalam kategori sangat sesuai. Artinya lokasi usaha *Coffee Shop*



di Kelurahan Biringere, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai pada umumnya sangat strategis.

#### **5.4. Perkembangan UMKM Coffee Shop**

Perkembangan adalah suatu indikator yang menunjukkan bahwa usaha yang dijalankan mengalami peningkatan dan bertahan dari awal usaha sampai sekarang. Indikator mengukurnya adalah apabila terjadi peningkatan modal usaha, peningkatan omset penjualan, peningkatan keuntungan usaha dan penambahan jumlah tenaga kerja saat sekarang dibandingkan awal berdirinya. Berikut adalah indikator dari perkembangan *UMKM Coffee Shop* di Kelurahan Biringere, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai:

##### **5.4.1. Peningkatan Modal Usaha**

Peningkatan modal usaha adalah adanya penambahan modal usaha saat penelitian dibandingkan saat mulai usaha *Coffee Shop*. Berikut adalah jawaban responden peningkatan modal dari awal usaha sampai sekarang dapat dilihat pada Tabel 40 berikut:

Tabel 40. Perkembangan Usaha Responden atas Sub Variabel Peningkatan Modal Usaha.

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Jumlah Responden	Persentase (%)	Total Skor
1.	Meningkat > 100 %	5	0	0,00	0
2.	Meningkat 60% - 100 %	4	1	3,13	4
3.	Meningkat 30% - 59 %	3	19	59,38	57
4.	Meningkat 0% - 29 %	2	11	34,38	22
5.	Menurun / berkurang	1	1	3,13	1
<b>Jumlah</b>			<b>32</b>	<b>100</b>	<b>84</b>

Sumber: Lampiran 6,2024

Berdasarkan Tabel 40 responden yang menjawab meningkat > 100% sebanyak 0 responden dengan persentase 0,00% dengan skor 0, meningkat 60% - 100 % sebanyak 1 responden dengan persentase 3,13% dengan skor 4, responden meningkat 30% - 59 % sebanyak 19 responden dengan persentase 59,38% dengan skor 57, meningkat 0% - 29 % sebanyak 11 responden dengan persentase 34,38% dengan skor 22 dan menurun / berkurang sebanyak 1 responden dengan persentase 3,13% dengan skor 1. Jadi total skor pada sub perkembangan usaha, indikator peningkatan modal dari awal usaha sampai sekarang adalah 84. Artinya usaha *Coffee Shop* di Kelurahan Biringere, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai terjadi peningkatan modal usaha rata-rata 30% - 59% saat sekarang dibandingkan saat awal berdirinya.

#### 5.4.2. Peningkatan Omset Penjualan

Peningkatan Omset Penjualan adalah terjadinya penambahan penerimaan usaha saat penelitian dibandingkan saat mulai usaha. Berikut adalah jawaban responden peningkatan omset penjualan dari awal usaha sampai sekarang dapat dilihat pada Tabel 41 berikut:

Tabel 41. Perkembangan Usaha Responden atas Sub Variabel Peningkatan Omset Penjualan.

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Jumlah Responden	Persentase (%)	Total Skor
1.	Meningkat > 100 %	5	0	0,00	0
2.	Meningkat 60% - 100 %	4	0	0,00	0
3.	Meningkat 30% - 59 %	3	13	40,63	39
4.	Meningkat 0% - 29 %	2	18	56,25	36
5.	Menurun / berkurang	1	1	3,13	1
<b>Jumlah</b>			<b>32</b>	<b>100</b>	<b>76</b>

Sumber: Lampiran 7,2024

Berdasarkan Tabel 41 responden yang menjawab meningkat > 100% sebanyak 0 responden dengan persentase 0,00% dengan skor 0, meningkat 60% - 100 % sebanyak 0 responden dengan persentase 0,00% dengan skor 0, responden meningkat 30% - 59 % sebanyak 13 responden dengan persentase 40,63% dengan skor 39, meningkat 0% - 29 % sebanyak 18 responden dengan persentase 56,25 % dengan skor 36 dan menurun/berkurang sebanyak 1 responden dengan persentase 3,13% dengan skor 1. Jadi total skor pada sub perkembangan usaha, indikator peningkatan omset penjualan dari awal usaha sampai sekarang adalah 76. Artinya usaha *Coffee Shop* di Kelurahan Biringere, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai terjadi peningkatan omset penjualan saat memulai usaha hingga sekarang dengan rata-rata berada pada interval peningkatan omset penjualan 0%-29%.

#### 5.4.3. Peningkatan Keuntungan usaha

Peningkatan keuntungan usaha adalah terjadinya penambahan pendapatan bersih saat penelitian dibandingkan saat memulai usaha. Berikut adalah jawaban responden peningkatan keuntungan usaha dari awal usaha sampai sekarang dapat dilihat pada Tabel 42 berikut:

*Tabel 42. Perkembangan Usaha Responden atas Sub Variabel Peningkatan Keuntungan Usaha.*

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Jumlah Responden	Persentase (%)	Total Skor
1.	Meningkat > 100 %	5	0	0,00	0
2.	Meningkat 60% - 100 %	4	1	3,13	4
3.	Meningkat 30% - 59 %	3	19	59,38	57
4.	Meningkat 0% - 29 %	2	12	37,50	24
5.	Menurun / berkurang	1	0	0,00	0
<b>Jumlah</b>			<b>32</b>	<b>100</b>	<b>81</b>

Sumber: Lampiran 8,2024

Berdasarkan Tabel 42 responden yang menjawab meningkat > 100% sebanyak 0 responden dengan persentase 0,00% dengan skor 0, meningkat 60% - 100 % sebanyak 1 responden dengan persentase 3,13% dengan skor 4, responden meningkat 30% - 59 % sebanyak 19 responden dengan persentase 59,38% dengan skor 57, meningkat 0% - 29 % sebanyak 12 responden dengan persentase 37,50 % dengan skor 24 dan menurun/berkurang sebanyak 0 responden dengan persentase 0% dengan skor 0. Jadi total skor pada sub perkembangan usaha,

indikator peningkatan keuntungan usaha dari awal usaha sampai sekarang adalah 81. Artinya usaha *Coffee Shop* di Kelurahan Biringere, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai terjadi peningkatan keuntungan usaha dari awal usaha hingga saat penelitian dengan rata-rata 0% - 29%.

#### 5.4.4. Peningkatan Jumlah Tenaga Kerja

Penigkatan jumlah tenaga kerja adalah jumlah tenaga kerja yang digunakan saat penelitian dibandingkan dengan jumlah tenaga kerja saat awal berdirinya usaha. Berikut adalah jawaban responden peningkatan jumlah tenaga kerja dari awal usaha sampai sekarang dapat dilihat pada Tabel 43 berikut:

*Tabel 43. Perkembangan Usaha Responden atas Sub Variabel Peningkatan Jumlah Tenaga Kerja.*

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Jumlah Responden	Persentase (%)	Total Skor
1.	Meningkat > 100 %	5	0	0,00	0
2.	Meningkat 60% - 100 %	4	0	0,00	0
3.	Meningkat 30% - 59 %	3	22	68,75	66
4.	Meningkat 0% - 29 %	2	2	6,25	4
5.	Menurun / berkurang	1	8	25,00	8
<b>Jumlah</b>			<b>32</b>	<b>100</b>	<b>78</b>

Sumber: Lampiran 9,2024

Berdasarkan Tabel 43 responden yang menjawab meningkat > 100% sebanyak 0 responden dengan persentase 0,00% dengan skor 0, meningkat 60% - 100 % sebanyak 0 responden dengan persentase 0,00% dengan skor 0, responden meningkat 30% - 59 % sebanyak 22 responden dengan persentase 68,75% dengan skor 66, meningkat 0% - 29 % sebanyak 2 responden dengan persentase 6,25 % dengan skor 4 dan menurun/berkurang sebanyak 8 responden dengan persentase 25.00% dengan skor 8. Jadi total skor pada sub perkembangan usaha, indikator peningkatan jumlah tenaga kerja adalah 78. Artinya usaha *Coffee Shop* di Kelurahan Biringere, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai terjadi peningkatan jumlah tenaga kerja dari awal usaha sampai saat penelitian dengan rata- rata 0% - 29%.

## 5.5. Pengaruh Karakter Wirausaha dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan Usaha UMKM *Coffee Shop*

### 5.5.1. Uji Instrumen

Uji instrumen adalah sebuah proses sistematis yang dilakukan untuk mengevaluasi kualitas, validitas, reliabilitas, dan kehandalan suatu alat atau instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian atau pengukuran.

#### 1. Uji validitas

Suatu instrumen di katakan valid apabila memiliki koefisien korelasi antara butir dengan skor total dalam instrumen tersebut lebih besar dari 0,3. Hasil rekapitulasi uji validitas dalam penelitian ini di sajikan dalam Tabel 44 berikut:

*Tabel 44. Uji Validitas*

Variabel	Butir	Koefisien Korelasi	Sig (2tailed)	Keterangan
Karakter Wirausaha (X1)	X1.1	0.651	0.000	Valid
	X1.2	0.702	0.000	Valid
	X1.3	0.836	0.000	Valid
	X1.4	0.786	0.000	Valid
	X1.5	0.654	0.000	Valid
	X1.6	0.693	0.000	Valid
	X1.7	0.870	0.000	Valid
	X1.8	0.844	0.000	Valid
	X1.9	0.854	0.000	Valid
	X1.10	0.641	0.000	Valid
Strategi Pemasaran (X2)	X2.1	0.748	0.000	Valid
	X2.2	0.852	0.000	Valid
	X2.3	0.633	0.000	Valid
	X2.4	0.852	0.000	Valid
	X2.5	0.721	0.000	Valid
	X2.6	0.871	0.000	Valid
	X2.7	0.870	0.000	Valid
	X2.8	0.870	0.000	Valid
Perkembangan Usaha (Y)	Y <sub>1</sub>	0.833	0.000	Valid
	Y <sub>2</sub>	0.823	0.000	Valid
	Y <sub>3</sub>	0.910	0.000	Valid
	Y <sub>4</sub>	0.800	0.000	Valid

Sumber: Lampiran 6,7 dan 8, 2024

Hasil uji validitas pada Tabel 44 diatas menunjukkan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini semuanya dinyatakan valid, karena nilai sig. (2-tailed)

hubungan antara korelasi item pertanyaan dengan skor total adalah  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan valid.

## 2. Reabilitas

Uji reabilitas terhadap instrumen penelitian ini menggambarkan nilai *Cronbach Alpha*. Apabila suatu variabel menunjukkan *Cronbach Alpha* >0,60 maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dikatakan reliabel. Rekapitulasi instrumen penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 45 berikut:

*Tabel 45. Uji Reabilitas*

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1.	Karakter Wirausaha (X1)	0.776	Reliabel
2.	Strategi Pemasaran (X2)	0.906	Reliabel
3.	Perkembangan Usaha (Y)	0.848	Reliabel

Sumber: Lampiran 9, 2024.

Hasil uji reabilitas pada Tabel 45 menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki koefisien *Cronbach Alpha* lebih dari 0.60. Hal ini dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan pada instrumen adalah reliabel sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

### 5.5.2. Uji Asumsi Klasik

Model regresi akan lebih tepat digunakan dan menghasilkan perhitungan lebih akurat, apabila beberapa asumsi berikut dapat terpenuhi. Uji asumsi klasik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear sederhana antara lain. Uji normalitas dilakukan bertujuan untuk menguji kualitas data sehingga data diketahui keabsahannya dan menghindari terjadinya estimasi bias.

#### Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah residual dari model regresi yang dibuat berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan menguji *Kolmogrov Smirnov*. Jika probabilitas signifikan nilai residual lebih besar dari 0,05 maka data tersebut dikatakan berdistribusi normal. Demikian pula sebaliknya, jika probabilitas signifikan residual lebih rendah dari 0,05 maka data tersebut dikatakan tidak berdistribusi normal. Adapun hasil uji normalitas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 46 berikut:

Tabel 46. Uji Normalitas

No	Variabel	Signifikan	Keterangan
1.	Karakter Wirausaha	0.200	Normal
2.	Strategi Pemasaran	0.69	Normal
3.	Perkembangan UMKM	0.55	Normal

Sumber: Lampiran 10, 2024

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 46 didapatkan nilai signifikansi karakter wirausaha 0.200, strategi pemasaran 0.69 dan perkembangan usaha 0.55 yang berarti nilainya di atas 0.05 maka data tersebut normal.

### 5.5.3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah jawaban sementara dari rumusan masalah dalam penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan hipotesis korelasi untuk melihat pengaruh antara variabel independent adapun uji hipotesisnya asebagai berikut:

#### 1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui dan mengukur model dalam menerangkan variasi variabel independent. Penelitian ini mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independent. Penelitian ini menggunakan nilai *adjusted*  $R^2$  pada saat mengevaluasi yang mana model regresi terbaik, karena tidak seperti  $R^2$  nilai *adjusted*  $R^2$  dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model. Berikut tabel uji determinasi dapat dilihat pada Tabel 47 berikut:

Tabel 47. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.801 <sup>a</sup>	.642	.617	.125

Sumber: Lampiran 11,2024

Hasil uji pada Tabel 47 memberiksn hasil dimana diperoleh besarnya  $R^2$  (nilai koefisien determinasi) sebesar 0,642, ini berarti perkembangan usaha dapat dijelaskan oleh variabel karakter wirausaha dan strategi pemasaran sebesar 64,2 %, sedangkan sisanya sebesar 35,8% di jelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam model penelitian.



## 2. Hasil Uji Serempak (Uji *F*)

Uji Serempak bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang diidentifikasi (karakter wirausaha dan strategi pemasaran) tepat digunakan untuk memprediksi perkembangan usaha UMKM di Kelurahan Biringere secara bersama-sama. Uji ini sering juga disebut uji *F*. Hasil uji *F* dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 48 berikut:

*Tabel 48. Hasil Uji Simultan (Uji *F*)*

	<b>Model</b>	<b>Sum of Squares</b>	<b>df</b>	<b>Mean Square</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
1	Regression	.806	2	.403	25.986	.000 <sup>b</sup>
	Residual	.450	29	.016		
	Total	1.256	31			

Sumber: Lampiran 11, 2024.

Berdasarkan Tabel 48 hasil uji *F* menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0.000 yang lebih kecil dari  $\alpha=0,05$ , artinya  $H_a$  diterima secara bersama-sama variabel independent variabel karakter wirausaha ( $X_1$ ) dan strategi pemasaran ( $X_2$ ) berpengaruh nyata terhadap variabel dependen *Y* perkembangan usaha.

### 3. Uji secara Parsial (Uji-t)

Uji ini digunakan untuk dapat mengetahui pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai signifikan dapat dilihat apabila nilai signifikan  $\leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sebaliknya jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  di tolak. Hasil uji-t dalam penelitian ini dapat di lihat pada Tabel 49 berikut:

Tabel 49. Uji secara Parsial (Uji-t)

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.950	.350		19.854	.000
	Karakteristik Wirausaha	.008	.004	.236	2.098	.045
	Strategi Pemasaran	.071	.011	.729	6.479	.000

Sumber: Lampiran 11, 2024

Berdasarkan TabeL 49 hasil uji T pengaruh karakteristik wirausaha terhadap perkembangan usaha diperoleh nilai signifikan sebesar 0,045 dan pengaruh strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha diperoleh nilai signifikan sebesar 0.000 artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya secara parsial variabel X1 karakter wirausaha dan X2 Strategi Pemasaran berpengaruh nyata terhadap variabel Y Perkembangan usaha.

Berdasarkan hasil uji parsial pada Tabel 49 ditemukan model persamaan regeresi sebagai berikut:

$$Y=6,950 + 0,008 X1 + 0,71 X2$$

a. Karakter Wirausaha

Hasil analisis pengaruh variabel karakter wirausaha terhadap perkembangan usaha memperoleh nilai signifikan 0,045 adalah lebih kecil  $< \alpha: 0,05$ . Artinya variabel karakter wirausaha berpengaruh nyata dan positif terhadap perkembangan usaha. Apabila skor karakter wirausaha meningkat sebanyak 1% maka keuntungan usaha akan meningkat sebanyak 0,008%. Semakin tinggi karakteristik wirausaha maka akan semakin tinggi perkembangan usaha. Hasil tersebut sejalan dengan hasil penelitian Dewanti (2022) yang menemukan bahwa karakter wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha UMKM di Kabupaten Buleleng, dengan demikian hipotesis pertama diterima.

b. Strategi Pemasaran

Hasil analisis pengaruh variabel strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha memperoleh nilai signifikan 0,000 adalah lebih kecil  $< \alpha: 0,05$ . artinya variabel strategi pemasaran berpengaruh nyata dan positif terhadap perkembangan usaha. Apabila skor strategi pemasaran meningkat sebanyak 1% maka keuntungan usaha akan meningkat sebanyak 0,071%. Semakin baik strategi pemasaran yang dilakukan maka akan semakin baik perkembangan usaha Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Yuppi & Yoyok (2022) yang menemukan bahwa strategi pemasaran berpengaruh signifikan dan positif terhadap perkembangan usaha UMKM di di Desa, Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Bogor, dengan demikian hipotesis kedua diterima.