

DETERMINAN KEBERHASILAN WIRAUSAHA: *FAMILY BUSINESS BACKGROUND* DAN KEMAMPUAN WIRAUSAHA (STUDI PADA PEDAGANG DI MALIOBORO YOGYAKARTA)

Risal Rinofah¹; Pristin Prima Sari²

Risal.rinofah@ustjogja.ac.id¹; Pristin.primas@gmail.com²

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

ABSTRACT

A Small business enterprise is an effort to empower people. Small businesses enterprise in Malioboro, Yogyakarta, are growing rapidly. The success of small businesses in Malioboro is supported by its strategic location. Malioboro is the economic center of the community because it is a favorite place for tourists when visiting Yogyakarta. The research objective is to map the level of entrepreneurial success and the entrepreneurial ability for small businesses in Malioboro and examine the effect of family business background on small businesses in Malioboro. The method of data collection is a questionnaire to Malioboro traders with purposive sampling technique. The analytical tool used is Smartpls 3.0. The results of this study are family business background and entrepreneurial ability can influence business success. The business success strategies of Small entrepreneurs are marketing techniques, online social media and the tenacious spirit of business people. The benefits of research are for small businesses to be used to improve business and services, for the government to make policy materials related to small businesses and for further research is for reference materials to make research on small businesses.

Keyword: *Small Entrepreneur, Family Business Background, business success, entrepreneurial ability*

PENDAHULUAN

Yogyakarta terkenal dengan potensi alam dan industri kreatif yang berkembang dengan pesat. Yogyakarta juga terkenal bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Pesona Yogyakarta yang menjadi daya tarik bagi wisatawan adalah Keraton Yogyakarta dan Jalan Malioboro. Jalan Malioboro merupakan akses bagi pejalan kaki dari Stasiun Tugu menuju Keraton Yogyakarta. Di Sepanjang jalan Malioboro tumbuh banyak usaha kecil. Potensi usaha kecil ini layak untuk dikembangkan agar lebih maju.

Usaha Kecil memiliki banyak peran dalam pemberdayaan masyarakat. Usaha kecil juga memegang peranan penting dalam kesejahteraan masyarakat. Dengan usaha kecil masyarakat dapat memiliki pendapatan sendiri dan menjadi mandiri. Maka usaha kecil dapat mendorong kegiatan perekonomian. Usaha kecil mudah

untuk didirikan sehingga masyarakat mudah untuk menjadi wirausaha kecil. Usaha kecil merupakan usaha dalam skala kecil untuk cakupan bisnis dan wilayah jaringan pemasaran. Usaha tergolong usaha kecil jika pendapatan yang diterima 50-300 juta rupiah dan memiliki aset kurang dari 500 juta-2,5Miliar (Undang-undang, 2008). Bagi pebisnis menjalankan usaha kecil mengalami banyak kendala. Kendala yang dihadapi usaha kecil antara lain akses terhadap permodalan (*credit accesibility* atau *bank lending*), akses jaringan pemasaran dan akses pengembangan produk. Maka usaha kecil rentan terhadap kegagalan usaha. Untuk itu diperlukan sebuah kajian terhadap faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan seseorang dalam mengelola usaha kecil (*small Entrepreneur*).

Beberapa penelitian terdahulu telah menemukan hasil berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha kecil. Faktor yang mempengaruhi kesuksesan usaha

kecil antara lain *family business background* (Zellweger, Sieger, & Halter, 2011), kemampuan wirausaha (Liñán, 2008) dan latar belakang pendidikan wirausaha.

Family business background dapat mendorong keberhasilan usaha kecil karena mereka memiliki strategi bisnis secara turun-temurun dan memiliki konsep bisnis yang jelas dan terukur. *Family business background* juga menjadi salah satu faktor yang dianggap berpengaruh terhadap kesuksesan usaha kecil karena mereka telah memulai bisnis dalam jangka waktu lama. Usaha kecil yang berasal dari keluarga pebisnis dapat bertahan lama bahkan berkembang dan maju. *Family business background* mendorong sikap optimis dan percaya akan kemajuan bisnis. Kemampuan wirausaha juga dapat mendorong keberhasilan bisnis usaha kecil (Liñán, 2008). Kemampuan wirausaha meliputi kemampuan memasarkan produk dengan tepat dan baik dan kemampuan mengelola peluang agar menjadi keuntungan bagi bisnis. Usaha kecil umumnya memiliki kemampuan wirausaha masih rendah. Kemampuan wirausaha ini didorong adanya pengetahuan dalam bisnis. Wirausaha kecil umumnya tidak memiliki pengetahuan dan pendidikan tentang bisnis yang memadai, sehingga kemampuan wirausaha kecil menjadi rendah dan berdampak pada bisnis yang tidak berkembang. *Knowledge sharing* akan mendorong inovasi bagi usaha kecil sehingga dapat tercapai keberhasilan bisnis (Asega, 2015).

Di Malioboro terdapat banyak usaha kecil. Usaha kecil di Malioboro berkembang dengan pesat. Letak Malioboro yang strategis merupakan faktor yang mendorong keberhasilan usaha kecil. Setiap hari banyak pengunjung yang datang dan berbelanja di Malioboro. Usaha kecil yang berkembang di Malioboro antara lain penjual kaos, aksesoris, souvenir, toko oleh-oleh khas Yogyakarta, dan batik. Namun demikian, persaingan bisnis di Malioboro juga ketat sehingga usaha kecil harus memiliki strategi bisnis untuk dapat bertahan. Untuk itu, diperlukan pemetaan tentang tingkat keberhasilan usaha kecil di Malioboro dan mengetahui faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha kecil. Manfaat penelitian adalah bagi usaha kecil

dapat mengetahui faktor yang menentukan keberhasilan bisnis. Usaha kecil dapat meningkatkan kemampuan wirausaha untuk mencapai keberhasilan bisnis. Bagi pemerintah dapat mengetahui tingkat keberhasilan bisnis dan kemampuan wirausaha kecil di Malioboro, sehingga dapat dijadikan bahan untuk membuat kebijakan berkaitan dengan peningkatan jumlah pengunjung di Malioboro dan kesejahteraan usaha kecil. Dengan demikian, penelitian ini mengambil judul “**Determinan Keberhasilan Wirausaha Kecil: Family Business Background dan Kemampuan Wirausaha (Studi Pada Pedagang Di Malioboro)**”.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Usaha Kecil di Pasar Malioboro

Di Malioboro banyak tumbuh dan berkembang usaha kecil. Usaha kecil di Malioboro sangat beragam. Usaha kecil di Malioboro antara lain penjual kaos, penjual souvenir, penjual batik, penjual oleh-oleh khas Yogyakarta dan penjual makanan. Usaha kecil di Malioboro sudah ada sejak lama. Usaha kecil di Malioboro mendorong perekonomian masyarakat.

Keberhasilan Wirausaha

Usaha kecil yang berhasil adalah usaha kecil yang memiliki pendapatan lebih tinggi dan cenderung meningkat, memiliki tingkat kesehatan keuangan yang baik. Pengelolaan keuangan personal dapat meningkatkan kesehatan keuangan seseorang (Perrans, Speelman C, 2014). *Knowledge sharing* merupakan kemampuan mendayagunakan pengetahuan sehingga menciptakan inovasi bagi usaha kecil yang berdampak pada keberhasilan bisnis (Asega, 2015).

Family Business Background

Wirausaha yang berasal dari *family business background* cenderung optimis dalam menjalankan bisnis dan mencapai keberhasilan usaha (Zellweger et al., 2011). *Family business background* merupakan usaha turun-temurun dari generasi ke generasi selanjutnya. *Family business background*

cenderung meneruskan bisnis yang telah dibangun keluarga. Pengalaman wirausaha dapat menekan kegagalan bisnis (Park, Park, & Kim, 2017). Wirausaha yang memiliki *family business background* lebih banyak memiliki pengalaman berbisnis daripada keluarga non bisnis.

Kemampuan Wirausaha

Kemampuan wirausaha berkaitan dengan kemampuan secara teknis, manajemen bisnis dan personal (Fitriati & Hermiati, 2015). Kemampuan teknik dalam bisnis meliputi keahlian berkomunikasi, hubungan dengan orang lain dan membangun tim. Kemampuan manajemen bisnis meliputi pengelolaan keuangan, negosiasi dan menciptakan bisnis. Kemampuan personal adalah motivasi bisnis, pengambilan risiko, orientasi perubahan dan inovasi. Kemampuan wirausaha yang memadai dapat mendorong wirausaha kecil untuk mencapai keberhasilan bisnis. Kemampuan manajemen usaha kecil mendorong inovasi yang berdampak pada kinerja bisnis (Nurlina, 2014). *Knowledge sharing* sebagai sumber inovasi bagi kinerja bisnis usaha kecil (Asegaff, 2015). Kemampuan wirausaha meliputi berpikir kreatif, kemampuan menyelesaikan masalah dan kemampuan komunikasi (Abdul, 2018). Kemampuan berpikir kreatif, kemampuan menyelesaikan masalah dan kemampuan komunikasi pada wirausaha kecil di Nigeria mampu meningkatkan penjualan dan keunggulan bersaing (Abdul, 2018).

Family Business Background dan Keberhasilan Wirausaha

Family Business Background dapat mendorong keberhasilan bisnis (Zellweger *et al.*, 2011). *Family business background* meningkatkan sikap optimis dalam berbisnis karena mereka memiliki arahan dan dukungan keluarga. *Family business background* cenderung lebih banyak inovasi yang mendorong keberhasilan bisnis (Yoon, Tong, & Loy, 2011). Inovasi bisnis sangat diperlukan untuk pencapaian keunggulan bersaing usaha kecil. Dengan demikian, dapat dibuat rumusan hipotesis adalah sebagai berikut:

H₁: *Family business background* dapat berpengaruh positif terhadap keberhasilan wirausaha

Kemampuan Wirausaha dan Keberhasilan Wirausaha

Kemampuan berbisnis sangat diperlukan dalam mengelola sebuah bisnis. Orang yang memiliki kemampuan berbisnis akan lebih mudah meningkatkan omzet penjualan dan keunggulan kompetitif (Abdul, 2018). Kemampuan Wirausaha dapat mendorong keberhasilan bisnis (Liñán, 2008). Kemampuan wirausaha juga lebih mudah memuaskan pelanggan dan menarik pelanggan untuk melakukan pembelian berulang kali. Kemampuan wirausaha dapat meningkatkan pertumbuhan bisnis di Nigeria (Abdul, 2018). Dengan demikian, hipotesis penelitian yang dapat dibuat adalah sebagai berikut:

H₂: Kemampuan berwirausaha berpengaruh positif terhadap keberhasilan wirausaha

Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang dikuantitatifkan karena penelitian menggunakan kuesioner dengan skala angka likert (skala 1-5). Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan data primer atau narasumber orang pertama dan menggunakan data informasi kuesioner. Penelitian kualitatif menggali informasi dari narasumber orang pertama, sedangkan Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data angka sehingga dapat dinilai dan diolah dengan metode statistik. Subyek penelitian adalah pedagang kecil di sepanjang jalan Malioboro. Pedagang yang menjual aneka makanan, oleh-oleh khas Yogyakarta, penjual batik, kaos, dan souvenir. Sedangkan obyek penelitian adalah tingkat keberhasilan usaha kecil, *family business background*, kemampuan wirausaha dan latar belakang pendidikan. Metode pemilihan sampel adalah *metode purposif sampling*. *Metode purposif sampling* adalah metode pengambilan sampel dengan tujuan tertentu (Bougie, 2012). Kriteria pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

- 1) Pedagang yang menjual aneka makanan, oleh-oleh khas Yogyakarta, batik dan souvenir dengan skala kecil.
- 2) Pedagang yang telah menjual barang dagangan beberapa tahun lamanya di Malioboro.

- 3) Pedagang yang memiliki latar belakang bisnis dan non bisnis.

Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert (1-5) adalah dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju.

Pengukuran Keberhasilan usaha kecil

1. Berapa pendapatan anda setiap hari ?
 < 500.000
 $500.000 - 1.000.000$
 $1.100.000 - 1.500.000$
 $- 2.000.000$
 $> 2.000.000$
2. Apakah pendapatan anda grafiknya meningkat?
3. Apakah Anda memiliki pelanggan tetap?
4. Apakah kesejahteraan anda meningkat?

Variabel Independen

Variabel Independen adalah variabel *Family Business Background*, kemampuan wirausaha, dan latar belakang pendidikan. Variabel independen diukur dengan skala likert (1-5) dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju.

Family Business Background

1. Apakah anda berasal dari keluarga pebisnis?
2. Apakah bisnis yang anda jalankan merupakan bisnis orang tua?

Kuesioner Kemampuan Wirausaha

1. Sebutkan cara memasarkan barang
2. Sebutkan perbedaan penjualan dan pemasaran
3. Sebutkan media untuk pemasaran?
4. Apa yang membuat pelanggan puas?
5. Apakah anda dapat membaca peluang bisnis di Malioboro?

Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan alat statistik Smartpls 3.0. Smartpls 3.0 merupakan uji kuesioner penelitian Analisis data dilakukan.

Uji Validitas dan Reliabilitas

- a) Uji validitas adalah uji untuk mengetahui tingkat keandalan kuesioner dapat dipercaya. Uji validitas menggunakan perbandingan r tabel dan r hitung.

- b) Uji reliabilitas adalah uji untuk mengetahui tingkat sah kuesioner agar dapat digunakan pada semua model penelitian yang sama. Uji validitas adalah menguji kuesioner dapat digunakan lagi. Pengukuran uji reliabilitas menggunakan nilai *cronbach alpha* dan hasil r tabel. Nilai *cronbach alpha* yang lolos uji reliabilitas adalah lebih besar dari 0,6 (Bougie, 2012).

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis adalah uji kecocokan hipotesis penelitian dengan hasil penelitian. Uji hipotesis menggunakan tingkat signifikansi 5%. Hipotesis diterima jika signifikansi hasil penelitian lebih kecil dari 5%.

Uji Model Penelitian

Uji model penelitian adalah menguji kesesuaian model penelitian pada responden. Uji model penelitian pada penelitian ini menggunakan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Variabel yang digunakan adalah variabel Kemampuan wirausaha dan *Family Business Background* mempengaruhi Keberhasilan Wirausaha Kecil. Persamaan dari model penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta \text{ FBG} + \beta \text{ KM} + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen keberhasilan usaha
 FBG = *Family business background*
 KM = Kemampuan Wirausaha
 E = *error*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian menggunakan responden sebanyak 60 pedagang kecil Malioboro. Responden terdiri dari pedagang batik, kaos, souvenir dan oleh-oleh khas Malioboro. Tabel 1 profil responden menunjukkan bahwa pedagang laki-laki lebih mendominasi daripada perempuan. Pendidikan SMA merupakan pendidikan yang paling banyak dari responden. Responden pedagang Malioboro yang berasal dari keluarga pebisnis adalah sebanyak 30 pedagang. Sebagian pedagang Malioboro bukan dari keluarga pebisnis karena

mereka masih generasi pertama sehingga belum meneruskan ke generasi berikutnya dan begitu juga sebaliknya. Sebagian para pedagang bukan turunan dari keluarga mereka.

Tabel 1. Profil Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
Laki-Laki	33	55%
Perempuan	27	45%
Jumlah	60	100%
Pendidikan	Jumlah	Prosentase
< SMA	1	1,6%
SMA	35	58,33%
S1	24	40%
Jumlah	60	100%
Kategori Responden	Jumlah	Prosentase
Family Business Background	30	50%
Non Family Business Background	30	50%
Jumlah	60	100%

Sumber : Data diolah

Hasil Kuesioner

Strategi Keberhasilan Bisnis

Tabel 2 menunjukkan bahwa faktor keberhasilan para pedagang Malioboro berdasarkan jawaban terbuka dari responden. Mayoritas pedagang Malioboro menyebutkan bahwa faktor keberhasilan bisnis adalah menjual produk berkualitas. Produk berkualitas dapat menarik dan memuaskan pelanggan sehingga produk mudah untuk dijual. Faktor lain yang dapat mendorong keberhasilan bisnis adalah ramah, ulet, jujur, dan sering *online* di media sosial.

Tabel 2. Strategi Keberhasilan Bisnis (jawaban terbuka)

No	Strategi Keberhasilan	F	%
1.	-Menjual Produk Berkualitas	21	35%
2.	-Ramah, Jujur, Telaten, Ulet	10	16,67%
3.	-Sering Online	10	16,67%
4.	-harga murah	5	8,3%
5.	-merayu / ditawarkan	4	6,67%
6.	-Up date / Mengikuti Tren / selera konsumen	2	3,3%
7.	-Jam Kerja Lebih Lama	2	3,3%
8.	-Komunitas	2	3,3%
9.	-pelanggan puas	2	3,3%
10.	-cara yang bagus	2	3,3%
Jumlah		60	100%

Sumber : Data Primer Diolah

Tabel 3 menunjukkan beberapa indikator keberhasilan bisnis para pedagang Malioboro. Pedagang Malioboro dapat berhasil mencapai volume penjualan dengan nilai tinggi sebanyak 66,7%, peningkatan kesejahteraan dengan nilai tinggi dicapai oleh 53,3% pedagang dan jumlah pendapatan dalam rupiah dengan nilai tinggi sebesar 38,3%. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas pedagang Malioboro menghasilkan pendapatan dan peningkatan pendapatan pada tingkat yang rendah dan mayoritas Pedagang tidak memiliki pelanggan tetap karena sebagian besar pelanggan Pedagang Malioboro adalah wisatawan. Namun, Mayoritas Pedagang Malioboro memiliki peningkatan kesejahteraan dan volume penjualan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pendapatan pedagang Malioboro adalah tetap karena tidak ada peningkatan pendapatan walaupun volume penjualan meningkat. Hal ini dapat disebabkan oleh harga yang dipasarkan Pedagang Malioboro adalah murah sehingga pedagang hanya mengambil sedikit keuntungan atau laba dalam bisnis. Tingkat kesejahteraan mayoritas Pedagang Malioboro adalah tinggi. Pedagang Malioboro merasakan kebahagiaan dari kesejahteraan di bidang keuangan.

Tabel 3. Indikator Keberhasilan Bisnis

No	Variabel	Low (Poin 1-2)		Middle (Poin 3)		High (Poin 4-5)		Jumlah
		Frekuensi	(%)	Frekuensi	(%)	Frekuensi	(%)	
1	Pendapatan (Rp)	35	58,3%	2	3,3%	23	38,3%	100%
2	Peningkatan Pendapatan	22	36,67%	10	16,6%	20	33,3%	100%
3	Pelanggan Tetap	27	45%	11	18,3%	21	35%	100%
4	Peningkatan Kesejahteraan	10	16,6%	18	30%	32	53,3%	100%
5	Volume Penjualan	15	25%	7	11,7%	39	66,7%	100%

Sumber : data primer diolah

Family Business Background

Tabel 4 menunjukkan bahwa 50% responden merupakan pedagang dengan latar belakang keluarga bisnis. Sebanyak 6,6% responden merupakan pedagang yang menjual produk bisnis keluarga.

Tabel 4. Data Family business Background

No	Indikator	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	Keluarga Bisnis	30	50%
2.	Produk Bisnis Keluarga	2	6,6%

Sumber : data primer diolah

Kemampuan Wirausaha

Tabel 5 menunjukkan hasil indikator kemampuan wirausaha dari jawaban terbuka responden penelitian. Mayoritas teknik/cara memasarkan produk oleh para pedagang di Malioboro adalah melalui online atau media sosial sebanyak 51,6%. Pemahaman konsep pemasaran dan penjualan oleh para pedagang adalah 30% pedagang memahami pemasaran sebagai langkah untuk mengoptimalkan penjualan. Media pemasaran yang digunakan oleh para pedagang adalah media online sebanyak 40%. Faktor yang membuat kepuasan pelanggan adalah kualitas produk sebanyak 48,33% dan harga dapat ditawarkan sebanyak 46,67%. Kemampuan membaca peluang bisnis di Malioboro adalah produk kerajinan sebanyak 25%.

Tabel 5. Kemampuan Wirausaha

Kemampuan Wirausaha (Jawab Terbuka)			
a) Teknik / Cara Memasarkan Produk	Frekuensi	%	
1. Online / Medsos	31	51,6%	
2. Display Menarik	10	16,6%	
3. Tatap Muka/Langsung/Komunikasi	10	16,6%	
4. Menunggu Saja	2	3,3%	
5. Ditawar-tawarkan	2	3,3%	
6. Merayu	2	3,3%	
7. Tidak Menjawab	2	3,3%	
Jumlah	60	100%	
b) Perbedaan Penjualan dan Pemasaran	Frekuensi	%	
1. Pemasaran : lebih optimal (mendongkrak)	18	30%	
2. Pemasaran : Cara mengkomunikasikan produk	4	6,6%	
3. Pemasaran : Keliling, Penjualan : menjualkan	4	6,6%	
4. penjualan=membuat barang laku	3	5%	
5. Tidak Menjawab	31	51,6%	
Jumlah	60	100%	
c) Media Pemasaran	Frekuensi	%	
1. Media Sosial Online	24	40%	
2. Brand/Merk	9	15%	
3. Kemasan Merk	2	3,3%	
4. Langsung	1	1,6%	

Kemampuan Wirausaha (Jawab Terbuka)

a) Teknik / Cara Memasarkan Produk	Frekuensi	%
5. Produk	1	1,6%
6. Tidak Ada	22	36,6%
Jumlah	60	100%
d) Apa yang membuat Pelanggan Puas?	Frekuensi	(%)
1. Barang Berkualitas	29	48,33%
2. Harga Dapat ditawarkan	28	46,67%
3. Pelayanan / ramah	1	1,6%
4. Diskon	1	1,6%
5. harga murah	1	1,6%
Jumlah	60	100%
e) Membaca Peluang Bisnis	Frekuensi	(%)
1. Kerajinan	15	25%
2. Tas Kanvas	10	16,67%
3. Batik / Kaos/souvenir	5	8,3%
4. Jam Tangan / Dompet	2	3,33%
5. Buah	1	1,6%
6. Angkringan	1	1,6%
7. Semua barang yang dijual pasti laku	1	1,6%
8. Tidak Menjawab	25	41,6%

Sumber : Data Primer diolah

Faktor kemampuan wirausaha yang diterapkan para pedagang adalah teknik pemasaran melalui media sosial, *display* produk yang menarik dan ditawarkan kepada calon pelanggan. Tingkat pemahaman penjualan dan pemasaran adalah *branding* atau *merk* untuk menarik konsumen. Penggunaan Media pemasaran bagi pelanggan adalah *Display* produk, kemasan produk dan *online*. Pemahaman kepuasan pelanggan adalah produk berkualitas, harga murah, dapat ditawarkan dan diskon. Pemahaman membaca peluang bisnis adalah produk tas kanvas, angkringan, buah dan barang kerajinan khas Yogyakarta. Sebagian besar pedagang tidak dapat menyebutkan peluang bisnis lain dan beda yang dapat dijual.

Statistik Deskriptif

Berdasarkan tabel 6 nilai rata-rata indikator keberhasilan bisnis paling tinggi adalah tingkat kesejahteraan pedagang Malioboro sebesar 4,217. Indikator kemampuan wirausaha para pedagang yang paling tinggi adalah cara memasarkan produk sebesar 3,83. Sedangkan indikator paling rendah dari keberhasilan bisnis adalah peningkatan pelanggan sebesar 2,083 dan indikator kemampuan wirausaha paling rendah adalah kemampuan membaca peluang bisnis sebesar 2,617. Peningkatan pelanggan mengalami penurunan disebabkan oleh pelanggan Malioboro berasal dari musim liburan.

Tabel 6. Statistik Deskriptif

Variabel	Keterangan	Family (Mean)	NonFamily (Mean)	Mean (60)	Min	Max	Std.Dev
Kb1	Nominal Hasil Penjualan	3,667	1,667	2,667	1	5	1,287
Kb2	Peningkatan Pendapatan	4,033	1,833	2,933	1	5	1,482
Kb3	Peningkatan Pelanggan	3,1667	1	2,083	1	5	1,763
Kb4	Peningkatan Kesejahteraan	4,633	3,8	4,217	1	5	0,877
Kb5	Jumlah Volume yang dijual	4,433	2,6	3,517	1	5	1,372
Fam1	Produk Keluarga	28	-	2,867	1	5	1,996
Fam2	<i>Family Business Background</i>	30	30	3,000	1	5	2,000
Kw1	Cara Pemasaran	4,667	3	3,833	1	5	1,675
Kw2	Konsep Pemasaran	4,033	1,5	2,767	1	5	1,745
Kw3	Media Pemasaran	4,233	2,533	3,383	1	5	1,484
Kw4	Kepuasan Pelanggan	4,867	1,933	3,400	1	5	1,715
Kw5	Membaca Peluang	4,133	1,1	2,617	1	5	1,762

Sumber : Data Primer diolah

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 7. Cronbach alpha

	Original Sampel	Sample Mean	Standart Deviasi	T Statistic	P Value	Ket
<i>Family Business Background</i>	0,967	0,966	0,024	40.744	0,000	Reliable
Kemampuan Wirausaha	0,867	0,865	0,028	31.105	0,000	Reliable
Keberhasilan Bisnis	0,852	0,852	0,021	40.146	0,000	Reliable

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan Tabel 7 nilai *cronbach alpha* variabel lebih besar dari 0,7 sehingga variabel penelitian dikatakan *valid*. Tingkat signifikansi variabel juga lebih kecil dari 0,5 sehingga variabel penelitian *valid*.

Tabel 8. AVE

Indikator	AVE	Keterangan
<i>Family Business Background</i>	0,968	Valid
Kemampuan Wirausaha	0,651	Valid
Keberhasilan Bisnis	0,630	Valid

Sumber : Data primer diolah

Tabel 8 menunjukkan nilai AVE variabel penelitian adalah lebih besar dari 0,6 sehingga kuesioner penelitian dinyatakan Valid.

Tabel 9. Outer Loading

Indikator	<i>Family Business Background</i> (F)	Kemampuan Wirausaha (KW)	Keberhasilan Bisnis (KB)
Kb1			0,885
Kb2			0,834
Kb3			0,720
Kb4			0,697
Kb5			0,818
F1	0,983		
F2	0,985		
Kw1		0,739	
Kw2		0,807	
Kw3		0,770	
Kw4		0,835	
Kw5		0,877	

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan Tabel 9 di atas bahwa nilai *outer loading* indikator berada di atas 0,6 sehingga indikator variabel penelitian memenuhi kriteria. *Outer loading* indikator sesuai dengan variabel penelitian sehingga memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas kuesioner.

Tabel 10. *Composite Reliability*

Variabel	Composite Reliability
<i>Family Business Background</i>	0,984
Kemampuan Wirausaha	0,903
Keberhasilan Bisnis	0,894

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan Tabel 10 nilai *composite reliability* variabel penelitian di atas 0,7 sehingga variabel-variabel penelitian lolos uji reliabilitas.

Hasil Uji Hipotesis

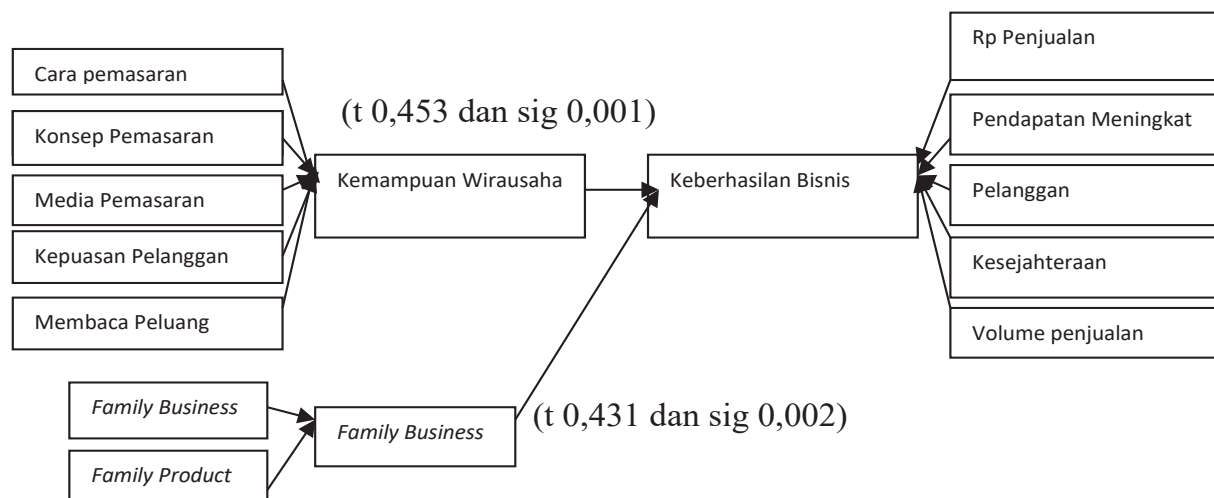
Tabel 11 P Value

	Original	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistic	P Value
<i>Family Business Background -> Keberhasilan Bisnis</i>	0,471	0,417	0,136	3.178	0,002
Kemampuan Wirausaha -> Keberhasilan Bisnis	0,453	0,470	0,140	3.244	0,001

Sumber : Data primer diolah

Tabel 11 menunjukkan pengaruh variabel *Family Business Background* terhadap Keberhasilan Bisnis adalah signifikan positif dengan nilai t statistik sebesar 3,178 dan P value sebesar 0,002. Pedagang yang berasal dari keluarga pebisnis akan semakin tinggi mencapai keberhasilan bisnis daripada pedagang yang bukan berasal dari keluarga pebisnis. Variabel Kemampuan Wirausaha berpengaruh signifikan positif terhadap Keberhasilan Bisnis dengan nilai t statistik sebesar 3,244 dan p value sebesar 0,001. Semakin tinggi tingkat kemampuan wirausaha para pedagang maka semakin besar pula tingkat keberhasilan bisnis para pedagang. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu.

Hasil Grafik Penelitian



Pembahasan

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa data responden mendukung kedua hipotesis penelitian. Variabel *Family Business Background* berpengaruh signifikan positif terhadap keberhasilan bisnis. Seorang wirausaha yang berasal dari keluarga pebisnis memiliki pengalaman berbisnis lebih lama daripada wirausaha yang bukan dari keluarga pebisnis. *Family Business Background* akan menurunkan strategi bisnis dari generasi ke generasi sehingga akan lebih mudah dalam mencapai

keberhasilan bisnis. Seorang Wirausaha yang berasal dari keluarga pebisnis telah mendapatkan pengetahuan dan kemampuan bisnis sehingga lebih mudah mencapai keberhasilan bisnis. Variabel kemampuan wirausaha berpengaruh signifikan positif terhadap keberhasilan bisnis. Semakin tinggi tingkat kemampuan wirausaha maka semakin besar pencapaian keberhasilan bisnis. Seorang wirausaha yang memahami strategi bisnis dan mengetahui cara berbisnis yang baik dan benar akan semakin besar mendapatkan keberhasilan bisnis.

Kemampuan wirausaha para pedagang Malioboro antara lain teknik atau cara memasarkan produk paling banyak digunakan oleh pedagang adalah melalui media sosial seperti instagram dan twitter. Konsep pemasaran yang paling diketahui oleh para pedagang adalah dengan pemasaran maka penjualan akan lebih optimal. Media pemasaran yang paling banyak digunakan oleh pedagang adalah media sosial online. Faktor Kepuasan pelanggan disebabkan oleh kualitas barang. Peluang bisnis yang paling banyak disebutkan adalah barang kerajinan.

PENUTUP

Penelitian bertujuan untuk menguji empiris faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis pedagang Malioboro Yogyakarta. Penelitian menggunakan variabel faktor *family business background* dan kemampuan wirausaha yang mempengaruhi variabel keberhasilan bisnis. Alat statistik yang digunakan adalah smartpls 3.0. Teknik sampling adalah *purposif sampling* dengan metode kuesioner. Hasil menunjukkan bahwa variabel *family business background* dan kemampuan wirausaha dapat mempengaruhi variabel keberhasilan bisnis secara signifikan positif. Seorang wirausaha yang berasal dari keluarga bisnis akan lebih mudah mencapai keberhasilan bisnis daripada pedagang yang bukan dari keluarga pebisnis. Seorang wirausaha yang memahami strategi bisnis dengan baik dan benar akan lebih mudah mencapai keberhasilan bisnis daripada tidak memahami cara berbisnis.

Seorang Wirausaha sebaiknya meningkatkan pemahaman bisnis untuk pertumbuhan bisnis, menggunakan media pemasaran online untuk peningkatan penjualan dan mengajarkan bisnis secara turun-temurun dari generasi ke generasi sehingga dapat lebih mudah dalam pencapaian keberhasilan bisnis.

Bagi Penelitian Selanjutnya dapat pengembangan faktor keberhasilan usaha kecil dan kemampuan wirausaha. Selain itu juga meneliti lebih lanjut tentang keberhasilan wirausaha yang memiliki latar belakang bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, O. E. (2018). Entrepreneurial skills and growth of Small and Medium Enterprise (SMEs): A comparative analysis of Nigerian entrepreneurs and Minority entrepreneurs in the UK. *MPRA Paper No. 86751*, (86751).
- Asegaff, M. W. (2015). Knowledge Sharing Sebagai Sumber Inovasi Dan Kinerja Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Sektor Batik. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL MULTI DISIPLIN ILMU & CALL FOR PAPERS UNISBANK (SENDI_U) KE-2 Tahun 2016*, 2(1), 769–777.
- Bougie, U. S. & R. (2012). Research Method For Business : A Skill Building Approach. *John Wiley & Sons Ltd, fifth Edit.*
- Fitriati, R., & Hermiati, T. (2015). Entrepreneurial Skills and Characteristics Analysis on the Graduates of the Department of Administrative Sciences, FISIP Universitas Indonesia. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi Journal of Administrative ScienceS & Organization*, 17(3), 262–275.
- Liñán, F. (2008). *Skill and value perceptions : how do they affect entrepreneurial intentions ?* 257–272. <https://doi.org/10.1007/s11365-008-0093-0>
- Nurlina. (2014). The Effect of Management Capabilities and Entrepreneurship Orientation to Innovation and Implication on Business Performance: Study at Embroidery Motifs SMEs in Aceh-Indonesia. *Journal Of Economics And Sustainable Development*, 5(26), 57–61.
- P Gerrans, Speelman C, G. C. (2014). The Relationship Between Personal Financial Wellness dan Financial Wellbeing : A Structural Equation Model Approach. *Journal of Family and Economic Issues*, 35(2), 145–160.
- Park, M. S., Park, J. W., & Kim, J. H. (2017). The effect of SME CEOs' entrepreneurial experience on corporate performance. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 23(2), 1–30.

- Undang-undang. (2008). *UU Nomor 8 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. 8.
- Yoon, D., Tong, K., & Loy, L. C. (2011). Factors Influencing Entrepreneurial Intention Among University Student. *International Journal Of Social Science And Humanity Studies*, 3(1), 487–496.
- Zellweger, T., Sieger, P., & Halter, F. (2011). Journal of Business Venturing Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of Business Venturing*, 26(5), 521–536. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.04.001>