

# PENGARUH PELUANG DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) STUDI KASUS MAKANAN KULINER KECAMATAN MEDAN BARU

Novi Ramadhani<sup>1</sup>, Siti Alhamra Salqaura<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup> Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area, Indonesia  
Email: [sitialhamrasalqaura@staff.uma.ac.id](mailto:sitialhamrasalqaura@staff.uma.ac.id)

DOI: 00-000-00

Received: 07-01-2024

Accepted: 30-03-2024

Published: 31-03-2024

## Abstrak:

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh peluang secara positif dan signifikan terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan secara positif dan signifikan terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan untuk mengetahui pengaruh peluang dan orientasi kewirausahaan secara positif dan signifikan terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru. Populasi dalam penelitian ini adalah 64 UMKM Makanan Kuliner Kecamatan Medan Baru, dimana pengambilan sampel sebanyak 64 gerai UMKM Makanan Kuliner Kecamatan Medan Baru yang dilakukan dengan sampel jenuh. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda, uji parsial (Uji t), uji signifikansi simultan (Uji F) dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Peluang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), Orientasi Kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan Peluang dan Orientasi Kewirausahaan berpengaruh signifikan dan secara simultan terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru.

**Kata Kunci:** *Peluang, Orientasi Kewirausahaan dan Pengembangan Usaha*

## PENDAHULUAN

Pemberdayaan UMKM merupakan salah satu program prioritas Wali Kota Medan, Bobby Nasution. Berbagai upaya telah dilakukan Bobby Nasution untuk memajukan dan membangkitkan UMKM dari Pandemi. Selain melakukan pembimbingan dalam pengembangan produk sekaligus dengan pengelolaan bisnis serta adopsi teknologi, pembinaan pemasaran juga dilakukan Bobby Nasution. Bentuk pembinaan pemasaran terhadap pelaku UMKM yang dilakukan Bobby Nasution adalah dengan menggelar secara meraton event yang dapat menjadi wadah UMKM memasarkan produknya. Seperti pada rangkaian perhelatan yang digelar dalam rangka memeriahkan HUT Kota Medan berbagai kegiatan mulai dari fashion carnavall, hiburan rakyat dan senam kolaborasi, berdampak positif dan mendatangkan keberkahan bagi pelaku UMKM (Portal

PEMKO Medan, 2022).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat besar dalam memajukan perekonomian masyarakat. Selain sebagai salah satu alternatif lapangan kerja baru, UMKM juga berperan dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi dan peluang lapangan kerja bagi masyarakat. Seorang pengusaha harus mengetahui bagaimana agar usahanya itu berkembang dan sukses sesuai dengan tujuan yang diinginkannya. Salah satunya dengan memahami strategi pengelolaan yang cocok untuk usaha tersebut. Strategi sama maknanya dengan siasat atau taktik.

Salah satu cara pengusaha dapat mengembangkan usahanya dapat dilihat dari kemampuan dari pelaku usaha, dimana kemampuan seseorang dalam mengoptimalkan sumber daya yang dimilikinya seperti materil, waktu dan kreatifitas untuk berinovasi dalam menghasilkan produk maupun jasa yang memiliki kegunaan dan dapat memperoleh pendapatan dapat disebut dengan kewirausahaan.

Wirausahawan adalah orang-orang yang mempunyai usaha sendiri atau wirausahawan adalah orang yang berani membuka usaha kegiatan produktif yang mandiri. Menurut Hendro (2017:27) kewirausahawan sudah lebih dari sekedar menorganisasi karena bisa terdiri dari pencipta (*creator*), pemodal (*investor*) dan pelaku (*innovator*). Wirausahawan akan memunculkan terjadinya orientasi kewirausahaan, dimana orientasi kewirausahaan merupakan suatu fenomena usaha yang mencerminkan kemampuan manajemen pelaku usaha mereka, sebagaimana bisnis memulai untuk berinisiatif dan mengubah tindakan kompetitif mereka sehingga dapat menguntungkan bisnis yang dijalankannya (Iskandar, 2016).

Selain dari orientasi kewirausahaan, peluang usaha juga dapat mengembangkan usaha yang dijalankan. Menurut Hendro (2017:47) ada sepuluh faktor pengembangan atas keberhasilan usaha, yaitu Faktor peluang, Faktor manusia (SDM), Faktor keuangan, Faktor organisasi, Faktor perencanaan, Faktor pengelolaan usaha, Faktor pemasaran dan penjualan, Faktor administrasi, Faktor peraturan pemerintah, politik, sosial, ekonomi, dan budaya lokal (Poleksosbud) dan Catatan bisnis.

Menurut Sunyoto (2018:88) peluang usaha adalah kesempatan yang harus diambil oleh seorang wirausahawan untuk mewujudkan atau melaksanakan suatu usaha dengan keberanian mengambil resiko. Peluang usaha bukanlah datang sendiri tetapi seorang wirausaha harus sanggup dan mampu menemukan tindakan yang tepat dan layak untuk mewujudkan peluang tersebut sebagai suatu kenyataan dengan kreatifitas dan inovasi. Sedangkan menurut Hendro (2017:49) yang menyatakan bahwa salah satu faktor keberhasilan usaha yaitu peluang usaha, peluang yang akan berhasil adalah peluang yang berskala industri dan bisa tumbuh besar untuk mencapai suatu keberhasilan didalam usaha.

Kota Medan sangat padat penduduknya, beragam bisnis dan usaha dijalani untuk mendapatkan pundi-pundi uang. Salah satu usaha yang paling banyak ditemui adalah usaha kuliner. Hal ini karena usaha kuliner dianggap

memiliki potensi keuntungan yang menjanjikan. Banyaknya masyarakat yang membuka usaha kuliner menyebabkan persaingan semakin ketat. Tidak sedikit usaha yang tidak berkembang karena tidak mampu bersaing dan tidak dapat mengikuti selera pasar. Oleh karena itu para pelaku usaha harus memiliki keunggulan serta meningkatkan kinerja pemasaran produknya.

Adapun jenis-jenis usaha mikro kecil dan menengah yang ada di Kota Medan yaitu usaha dibidang kuliner, Fashion, Jasa. Adanya pengembangan dan pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah yang dilakukan pemerintah maka

kelanjutan ancaman pelonjakan penduduk khususnya di Kota Medan akan teratasi sekaligus memiliki peranan penting dalam aspek pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, tentunya dengan adanya pengembangan dan pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah yang dilakukan pemerintah khususnya Kota Medan mampu memberikan harapan kepada masyarakat untuk dapat mengembangkan usahanya. Berikut perkembangan jumlah usaha mikro kecil dan menengah di Kota Medan:

**Tabel 1.1** Jumlah UMKM di Kota Medan Tahun 2017-2020

No.	Jenis Usaha	Jumlah Unit			
		2017	2018	2019	2020
1.	Usaha Mikro	1497	1480	918	890
2.	Usaha Kecil	109	112	113	103
3.	Usaha Menengah	57	72	41	47
<b>Total</b>		<b>1.663</b>	<b>1.664</b>	<b>1.072</b>	<b>1.040</b>

Sumber: Data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan, 2021

Berdasarkan dari Tabel 1.1 diatas menunjukkan jumlah unit usaha mikro, kecil dan menengah yang terdaftar sebagai usaha binaan dari Kantor Dinas UMKM Kota Medan. Data di atas menunjukkan bahwasanya perkembangan usaha mikro kecil dan menengah di Kota Medan usaha mikro menjadi yang paling tinggi dan sebaliknya usaha menengah sangat sedikit, hal ini menjadi tugas bersama dengan pemerintah agar bisa menaikkan kelas bagi pelaku usaha dari yang semula usaha mikro ke usaha kecil dan dari usaha kecil di maksimalkan menjadi usaha menengah, hal itu bisa tercapai ketika pemerintah serius menjalankan visi dan misinya.

**Tabel 1.2** Jumlah UMKM Bidang Kuliner Kota Medan Tahun 2019-2021

No.	Kecamatan	Tahun			Jumlah
		2019	2020	2021	
1.	Medan Johor	63	81	73	217
2.	Medan Baru	58	71	64	193
3.	Medan Tembung	60	63	51	174

Sumber: Data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan, 2022

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas menunjukkan bahwa bisnis kuliner di Kota Medan cukup besar, hal ini terlihat banyaknya pengusaha UMKM yang membuka usaha dibidang tersebut, hal ini menunjukkan bahwa peluang usaha

untuk bisnis kuliner cukup menjanjikan. Namun bila dilihat dari data, usaha kuliner di Kecamatan Medan Baru masih berada di bawah dari pelaku UMKM yang ada di Medan Johor. Hal ini terlihat, bahwa persaingan atas usaha kuliner masih begitu ketat, maka hal itu perlu bagi pelaku usaha untuk melakukan ide-ide yang inovatif guna mengembangkan usahanya dan tetap bertahan dalam menjalankan usahanya.

Berdasarkan hasil pra-survey yang dilakukan peneliti yang melihat dari UMKM yang menjual usaha makanan (kuliner) di daerah Kecamatan Medan Baru yang sudah banyak melakukan penjualan makanan, dimana beberapa pengusaha UMKM merasa bahwa peluang dari usaha yang mereka jalankan cukup besar. Hal ini disebabkan lokasi di daerah Kecamatan Medan Baru yang ramai yang banyak dilalui oleh masyarakat, walaupun begitu tingkat persaingan usaha yang menjual makanan lainnya juga cukup tinggi. Maka hal ini pelaku usaha UMKM Kuliner perlu melakukan strategi dengan mengembangkan ide-ide yang kreatif dalam penjualan makanan agar mampu tetap bertahan dan dapat mengembangkan usahanya untuk lebih maju lagi.

## LANDASAN TEORI

### Peluang Usaha

Menurut Solihin (2016) peluang merupakan tren positif yang berada di lingkungan eksternal perusahaan dan apabila peluang tersebut dieksploitasi oleh perusahaan maka peluang usaha tersebut berpotensi untuk menghasilkan laba bagi perusahaan secara berkelanjutan.

Menurut Mariotti (2016:147) peluang usaha adalah bentuk dari ide bisnis yang potensial bagi para pelanggan dalam memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya. Menurut Hendro (2017) berpendapat peluang bisnis dari sebuah inspirasi, ide, atau kesempatan yang muncul untuk dimanfaatkan bagi kepentingan seseorang baik dalam kehidupan sehari-hari atau dalam dunia bisnis. Menurut Bygrave & Zacharakis (2015) peluang usaha adalah kombinasi dari pemikiran dan aksi untuk mengembangkan ide bisnis berdasarkan iklim pasar dari daerah/lingkungan konsumen.

Menurut Mariotti (2016:151) ada tiga cara untuk mendapatkan peluang usaha yaitu sebagai berikut:

1. Peluang Usaha Melalui Media

Media telah menjadi hal yang tidak bisa terlepas dari lingkungan dan gaya hidup masyarakat. Media membantu masyarakat mencari informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat luas. Termasuk dalam mencari peluang usaha. Kecanggihan teknologi membuat jenis media tidak hanya media cetak, radio, ataupun media televisi namun juga media internet yang bahkan mendominasi dari media yang lain. Dengan melihat potensi media internet yang tinggi menyebabkan peluang mudah didapat.

2. *Trade Resources*

Berbagai jenis dari segmentasi pasar dapat membantu wirausahawan menemukan peluang usaha. Untuk itu wirausahawan harus meriset suatu lingkungan masyarakat terhadap apa yang masyarakat butuhkan ataupun

inginkan dari sumber data yang didapat wirausaha membangun / meningkatkan usaha yang sesuai dengan permintaan pasar.

### 3. Internet

Internet merupakan salah satu cara mendapatkan peluang yang paling mudah karena aksesnya murah dan mudah. Dari internet wirausahawan akan menemukan suatu peluang usaha yang unik dan tidak pernah terfikirkan orang lain untuk membuatnya.

Indikator dari peluang usaha Mariotti (2016:151) adalah sebagai berikut:

#### 1. Mengenali kebutuhan atau keinginan pasar

Banyak perusahaan yang berkembang di era globalisasi yang berhasil dikarenakan mereka mampu bersaing dengan mengenali dan memecahkan masalah yang berkaitan dengan kebutuhan pasar didalam kebutuhan dan keinginan permintaan pasar. Masalah tersebut dapat ditemukan melalui diri sendiri maupun orang lain. Masalah tersebut berupa apakah produk yang tersedia dapat memenuhi kehidupan atau standart pasar yang dibutuhkan oleh manusia. Apakah produk tersebut tersedia disuatu wilayah atau tidak.

#### 2. Mengenai tren yang sedang terjadi

Zaman sekarang sudah semakin banyak mengalami perubahan secara terus-menerus. Perubahan zaman sering kali menciptakan peluang yang tidak pernah terpikirkan sebelumnya. Karena zaman yang selalu berubah maka tren juga mengikuti perubahan sehingga wirausahawan harus mengikuti *Global Update* agar usahanya tidak tertinggal oleh zaman.

#### 3. Mampu berfikir unik dan inovatif

Berfikir inovatif merupakan ciri-ciri wirausahawan yang berhasil. Selain itu mereka juga mengembangkan ide mereka dan mengubah ide menjadi satu wujud/produk yang dapat berguna bagi orang lain.

## Orientasi Kewirausahaan

Menurut Feranita & Setiawan (2018:58) mengemukakan bahwa: "Orientasi kewirausahaan sebagai kombinasi perilaku inovatif, proaktif dan pengambilan risiko yang dimaksudkan untuk menciptakan nilai dalam organisasi. Suatu organisasi dapat memiliki struktur kewirausahaan, dan anggota suatu organisasi". Menurut Porter (2018) Mengemukakan bahwa "orientasi kewirausahaan sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam market place yang sama". Menurut Aditya & Rastini (2017:42) mengemukakan bahwa: "Orientasi kewirausahaan ada baiknya dimiliki oleh manajer dalam suatu perusahaan. Jika manajer sudah memiliki suatu orientasi kewirausahaan, maka perusahaan yang dipimpinnya akan mampu bersaing dengan perusahaan pesaing. Melalui orientasi kewirausahaan, manajer akan mampu menciptakan suatu keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dipimpinnya". Orientasi wirausaha adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan (Wirawan, 2017:63).

Menurut Soegoto (2014:35) mengemukakan bahwa terdapat faktor-faktor

yang harus ada dalam diri seorang entrepreneur adalah

1. *The Creativity:*  
Kreatif menghasilkan sesuatu yang baru dengan menambahkan nilainya. Pertambahan nilai ini tidak hanya diakui oleh wirausahawan semata, namun juga oleh audiens yang akan menggunakan hasil kreasi tersebut.
2. *The Commitment:*  
Memiliki komitmen yang tinggi terhadap apa yang ingin dicapai dan dihasilkan dari waktu dan usaha yang ada.
3. *The Risk:*  
Siap menghadapi risiko yang mungkin timbul, baik risiko keuangan, fisik, dan risiko sosial.
4. *The Reward:*  
Penghargaan yang utama adalah independensi atau kebebasan yang diikuti dengan kepuasan pribadi. Sedangkan reward berupa uang biasanya dianggap sebagai suatu bentuk derajat kesuksesan usahanya.

Menurut Miller dalam Herlinawati (2019:3) Mengemukakan bahwa Orientasi Kewirausahaan terbagi menjadi 3 indikator yaitu sebagai berikut :

1. Keinovasian  
Kemauan untuk memperkenalkan kebaruan dan sesuatu yang baru melalui proses eksperimen dan kreativitas yang bertujuan untuk mengembangkan produk dan layanan baru serta proses baru.
2. Proaktif  
Karakteristik perspektif berwawasan ke depan yang memiliki kejelian untuk mencari peluang dalam mengantisipasi permintaan di masa mendatang.
3. Pengambilan Risiko  
Kesediaan perusahaan untuk memutuskan dan bertindak tanpa pengetahuan definitif tentang kemungkinan pendapatan dan dapat berspekulasi dalam risiko pribadi, keuangan dan bisnis.

Indikator orientasi kewirausahaan menurut Miller dalam Wirawan (2017:63) sebagaimana adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan Berinovasi
  - a. Berinovasi dalam menghadapi permintaan konsumen.
  - b. Berinovasi membuat alat produksi yang lebih efektif.
2. Berani Mengambil Resiko
  - a. Berani mengambil resiko dalam memasuki sebuah pasar baru.
  - b. Berani menawarkan produk kepada distributor yang belum dikenal.
3. Proaktif
  - a. Dengan aktif menerima saran dan kritik yang diberikan distributor atas produk.
  - b. Percaya diri dalam menjalankan usaha ini.

## **Pengembangan Usaha**

Pengembangan Usaha merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan sesuatu dengan cara mengembangkan dan mentransformasi berbagai sumber daya menjadi barang/jasa yang diinginkan konsumen

(Pradhanawarti & Prabawani. 2016). Pengembangan usaha yaitu dengan memperkuat modal kerja dan juga memperbanyak cabang maupun usaha pembantu (Anoraga & Sudantoko, 2017). Menurut Anoraga (2017) Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Menurut Nitisusantro (2016) pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah pemerintah daerah, masyarakat, dan stakeholder lainnya untuk memberdayakan suatu usaha melalui pemberian fasilitas, bimbingan pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing sebuah usaha. Primiana (2014:55) menyebutkan ada faktor internal dan eksternal.

1. Faktor internal terdiri dari: permodalan, manajerial (kemampuan manajemen, produksi, pemasaran dan sumber daya manusia)
2. Faktor Eksternal: merupakan masalah yang muncul dari pihak pengemban dan pembina UMKM, misalnya solusi yang diberikan tidak tepat sasaran, tidak adanya monitoring dan program yang tumpang tindih.

Menurut (Tambunan, 2017) mengemukakan bahwa perkembangan usaha dipengaruhi oleh: Modal , pemasaran, bahan baku, tenaga kerja, teknologi, biaya transportasi, energi yang tinggi, komunikasi, prosedur administrasi. Menurut Anoraga (2017:90) ada beberapa tahapan pengembangan usaha antara lain:

1. Tahap I: Identifikasi Peluang Perlu mengidentifikasi peluang dengan didukung data dan informasi. Informasi biasanya dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti :
  - a. Rencana Perusahaan
  - b. Saran dan usul manajemen kecil
  - c. Program dan pemerintah
  - d. Hasil berbagai riset peluang usaha
  - e. Kadin atau asosiasi usaha sejenis
2. Tahap II: Merumuskan alternatif usaha Setelah informasi berkumpul dan dianalisis maka pimpinan perusahaan atau manajer usaha dapat dirumuskan usaha apa saja yang mungkin dapat dibuka.
3. Tahap III: Seleksi Alternatif Alternatif yang banyak selanjutnya harus dipilih satu atau beberapa alternatif yang terbaik dan prospektif. Untuk usaha yang prospektif dasar pemilihannya antara lain dapat menggunakan kriteria sebagai berikut:
  - a. Ketersediaan Pasar
  - b. Resiko Kegagalan
  - c. Harga
4. Tahap IV : Pelaksanaan Alternatif Terpilih Setelah penentuan alternatif maka tahap selanjutnya pelaksanaan usaha yang terpilih.
5. Tahap V : Evaluasi Evaluasi dimaksud untuk memberikan koreksi dan perbaikan terhadap usaha yang dijalankan. Di samping itu juga diarahkan untuk dapat memberikan masukan bagi perbaikan pelaksanaan usaha selanjutnya.

Menurut Budiarto (2015) Indikator perkembangan usaha ditandai dengan:

1. Peningkatan volume produksi
2. Mampu melakukan melakukan diversifikasi produk
3. Mampu mengurangi produk gagal
4. Menerapkan pencatatan keuangan dan aliran barang
5. Mampu melakukan kontrol kualitas
6. Mampu melakukan aktivitas peningkatan kompetensi tenaga kerja
7. Melakukan peningkatan efisiensi konsumsi bahan bakar
8. Melakukan pengelolaan limbah sampah
9. Mengalami peningkatan aset, omset dan tenaga kerja

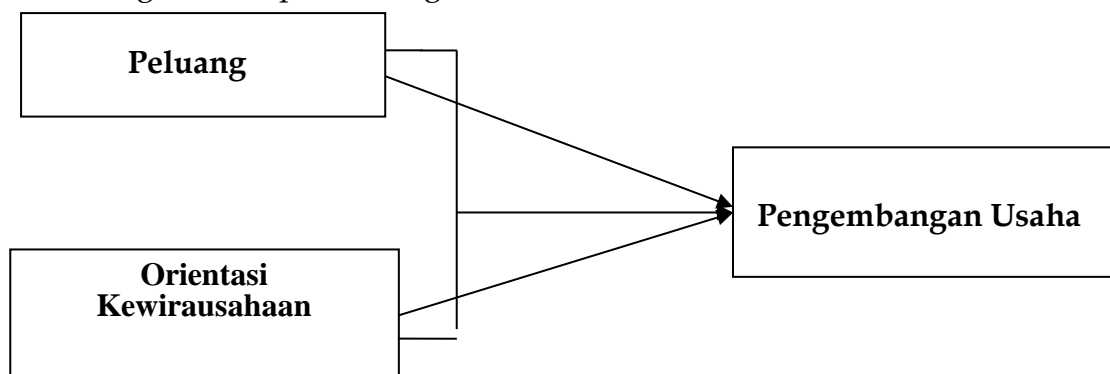
Sedangkan menurut Pradhanawarti & Prabawani (2016) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa indikator pengembangan Usaha terdiri dari:

1. Motif merubah keadaan
2. Peluang untuk berkembang
3. Tingkat kebutuhan

Pengembangan UMKM tidak terlepas dari faktor internal dan eksternal. Untuk faktor eksternal yaitu ada peran dari pemerintah dalam pengembangan UMKM. Pengembangan UMKM adalah suatu tindakan atau proses untuk memajukan kondisi UMKM ke arah yang lebih baik. Beberapa hal yang dapat mempengaruhi berkembangnya suatu usaha, dimana pengusaha harus mampu melihat peluang dalam mengembangkan usahanya dengan memberikan ide-ide kreatif dalam menciptakan suatu produk. Dan juga siap orientasi dari kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha dalam menjalankan usahanya, dimana pengusaha harus sudah mempersiapkan strategi dalam mengantisipasi tantangan yang akan terjadi.

Menurut Hendro (2017) berpendapat peluang bisnis dari sebuah inspirasi, ide, atau kesempatan yang muncul untuk dimanfaatkan bagi kepentingan seseorang baik dalam kehidupan sehari-hari atau dalam dunia bisnis. Sedangkan Tantangan adalah hal atau objek yang menggugah tekad untuk meningkatkan kemampuan mengatasi masalah.

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun kerangka konseptual sebagai berikut :



**Gambar 2.1** Kerangka Konseptual

1. Peluang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru.

2. Orientasi Kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru.
3. Peluang dan Orientasi Kewirausahaan berpengaruh signifikan dan secara simultan terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, namun juga apabila dilihat dari cara penjelasannya maka penelitian menggunakan pendekatan asosiatif. Dimana variabel bebas terdiri dari peluang dan orientasi kewirausahaan, sedangkan variabel terikat menggunakan pengembangan usaha. Dengan tempat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini pada UMKM Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah 64 UMKM, yang dijadikan sampel penelitian sebanyak 64 UMKM Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru. Teknik analisa data dapat dilakukan dengan tahap sebagai berikut:

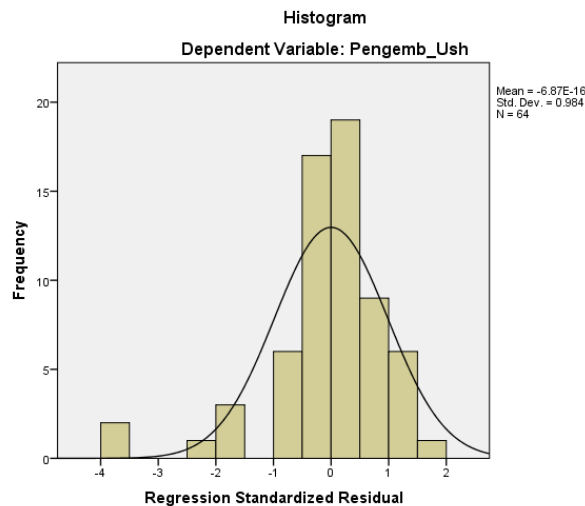
1. Uji Asumsi Klasik yang terdiri Uji Normalitas data, Uji Multikolinieritas dan Uji Heteroskedastisitas
2. Analisis Regresi Linear Berganda
3. Hipotesis yang terdiri Uji Parsial (Uji t), Uji Signifikansi Simultan (Uji F) dan Uji Determinan ( $R^2$ ).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### 1. Pengujian Asumsi Klasik

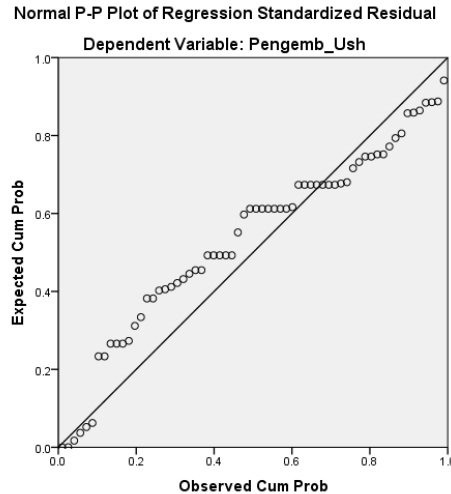
##### a. Uji Normalitas Data



Sumber: Hasil olah data penulis (2023)

**Gambar 4.1** Histogram Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan tampilan gambar di atas terlihat bahwa grafik histogram menunjukkan adanya gambaran pola data yang baik. Kurva *dependent* dan *regression standarized residual* membentuk gambar seperti lonceng dan mengikuti arah garis diagonal sehingga memenuhi asumsi normalitas.



Sumber: Hasil olah data penulis (2023)  
**Gambar 4.2** P-Plot Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar normal *probability plot* di atas dapat dilihat bahwa gambaran data menunjukkan pola yang baik dan data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka grafik normal *probability plot* tersebut terdistribusi secara normal.

### b. Uji Multikolinieritas

Adapun hasil uji multikolinieritas terlihat sebagaimana Tabel 4.1 berikut.

**Tabel 4.1.** Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.884	2.892		1.343	.184		
	Pelua_Usah	.542	.122	.512	4.443	.000	.349	2.867
	Orientas_Kewiru	.351	.107	.378	3.284	.002	.349	2.867

a. Dependent Variable: Pengemb\_Ush

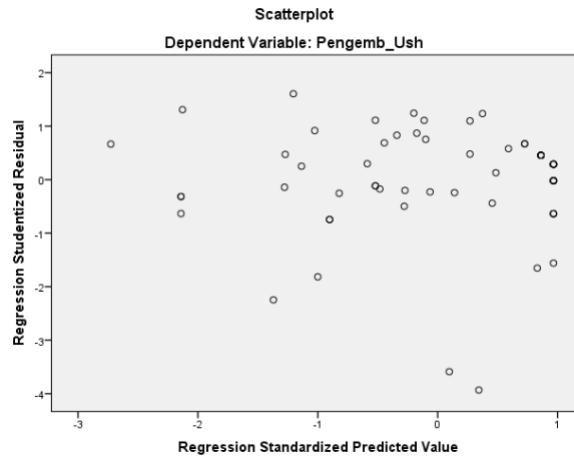
Sumber: Hasil olah data penulis (2023)

Pada Tabel diatas dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

- Peluang Usaha ( $X_1$ ) dengan nilai *tolerance* sebesar 0,349 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 2,867 lebih kecil dari 10.
- Orientasi Kewirausahaan ( $X_2$ ) dengan nilai *tolerance* sebesar 0,349 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 2,867 lebih kecil dari 10.

Karena nilai *tolerance* yang diperoleh untuk setiap variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh untuk setiap variabel lebih kecil dari 10, maka artinya data variabel peluang usaha dan orientasi kewirausahaan bebas dari adanya gejala multikolinieritas.

### c. Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil olah data penulis (2023)

Gambar 4.3 *Scatterplot* Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada grafik scatterplot dapat terlihat bahwa hasil grafik scatterplot menunjukkan data tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Data tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat heterokedastisitas.

## 2. Analisis Regresi Linear Berganda

Adapun hasil analisis regresi linear berganda terlihat sebagaimana Tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.884	2.892		1.343	.184		
Pelua_Usah	.542	.122	.512	4.443	.000	.349	2.867
Orientas_Kewiru	.351	.107	.378	3.284	.002	.349	2.867

a. Dependent Variable: Pengemb\_Ush

Sumber: Hasil olah data penulis (2023)

$$Y = 3,884 + 0,542X_1 + 0,351X_2$$

Dimana:

1. Konstanta = 3,884.

Jika variabel peluang usaha dan orientasi kewirausahaan diasumsikan tetap maka pengembangan usaha akan meningkat sebesar 3,035.

2. Koefisien Peluang Usaha  $X_1$

Nilai koefisien peluang usaha sebesar 0,542. Menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan 100% untuk peluang usaha akan diikuti terjadi kenaikan pengembangan usaha sebesar 54,2%.

3. Koefisien Orientasi Kewirausahaan  $X_2$

Nilai koefisien orientasi kewirausahaan sebesar 0,351. Menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan 100% untuk orientasi kewirausahaan akan diikuti terjadi kenaikan pengembangan usaha sebesar 35,1%.

### 3. Hipotesis

#### a. Uji Parsial (Uji t)

Adapun hasil uji parsial (uji t) adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2** Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.884	2.892		1.343	.184		
Pelua_Usah	.542	.122	.512	4.443	.000	.349	2.867
Orientas_Kewiru	.351	.107	.378	3.284	.002	.349	2.867

a. Dependent Variable: Pengemb\_Ush

Sumber: Hasil olah data penulis (2023)

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel peluang usaha diperoleh  $t_{hitung} (4,443) > t_{tabel} (1,998)$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh signifikan peluang usaha terhadap pengembangan usaha UMKM Makanan Kuliner Kecamatan Medan Baru.

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel orientasi kewirausahaan diperoleh  $t_{hitung} (3,284) > t_{tabel} (1,998)$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh signifikan orientasi kewirausahaan terhadap pengembangan usaha UMKM Makanan Kuliner Kecamatan Medan Baru.

#### b. Uji Simultan (Uji F)

Adapun hasil uji simultan (uji F) adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.3** Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1684.914	2	842.457	77.530	.000 <sup>b</sup>
	Residual	662.836	61	10.866		
	Total	2347.750	63			

a. Dependent Variable: Pengemb\_Ush

b. Predictors: (Constant), Orientas\_Kewiru, Pelua\_Usah

Sumber: Hasil olah data penulis (2023)

Dari uji ANOVA atau F test di dapat nilai  $F_{hitung} (77,530) > F_{tabel} (3,15)$  dengan tingkat signifikansi 0.000. Karena probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0.05 maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan peluang usaha dan orientasi kewirausahaan secara bersama-sama terhadap pengembangan usaha UMKM Makanan Kuliner Kecamatan Medan Baru.

#### 4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Adapun hasil uji simultan (uji F) adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4** Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.847 <sup>a</sup>	.718	.708	3.29639	2.082

a. Predictors: (Constant), Orientas\_Kewiru, Pelua\_Usah

b. Dependent Variable: Pengemb\_Ush

Sumber: Hasil olah data penulis (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,708 yang berarti bahwa ada hubungan antara peluang usaha dan orientasi kewirausahaan terhadap pengembangan usaha, sedangkan untuk *R Square* sebesar 0,718 atau 71,8 % yang artinya pengaruh peluang usaha dan orientasi kewirausahaan terhadap pengembangan usaha UMKM Makanan Kuliner Kecamatan Medan Baru, sedangkan sisanya 28,2% variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini, misalnya orientasi pasar, modal usaha, karakteristik wirausaha dan variabel lainnya.

#### Pembahasan

##### Pengaruh Peluang Usaha Terhadap Pengembangan Usaha

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel peluang usaha diperoleh  $t_{hitung} (4,443) > t_{tabel} (1,998)$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh signifikan peluang usaha terhadap pengembangan usaha UMKM Makanan Kuliner Kecamatan Medan Baru.

Menurut Sunyoto (2018:88) peluang usaha adalah kesempatan yang harus diambil oleh seorang wirausahawan untuk mewujudkan atau melaksanakan suatu usaha dengan keberanian mengambil resiko. Peluang usaha bukanlah datang sendiri tetapi seorang wirausaha harus sanggup dan mampu menemukan tindakan yang tepat dan layak untuk mewujudkan peluang tersebut sebagai suatu kenyataan dengan kreatifitas dan inovasi. Sedangkan menurut Hendro (2017:49) yang menyatakan bahwa salah satu faktor keberhasilan usaha yaitu peluang usaha, peluang yang akan berhasil adalah peluang yang berskala industri dan bisa tumbuh besar untuk mencapai suatu keberhasilan didalam usaha

Peluang usaha juga dapat mengembangkan usaha yang dijalankan. Menurut Hendro (2017:47) ada sepuluh faktor pengembangan atas keberhasilan usaha, yaitu Faktor peluang, Faktor manusia (SDM), Faktor keuangan, Faktor organisasi, Faktor perencanaan, Faktor pengelolaan usaha, Faktor pemasaran dan penjualan, Faktor administrasi, Faktor peraturan pemerintah, politik, sosial, ekonomi, dan budaya lokal (Poleksosbud) dan Catatan bisnis.

##### Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pengembangan Usaha

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel orientasi kewirausahaan diperoleh  $t_{hitung} (3,284) > t_{tabel} (1,998)$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$

maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh signifikan orientasi kewirausahaan terhadap pengembangan usaha UMKM Makanan Kuliner Kecamatan Medan Baru.

Salah satu cara pengusaha dapat mengembangkan usahanya dapat dilihat dari kemampuan dari pelaku usaha, dimana kemampuan seseorang dalam mengoptimalkan sumber daya yang dimilikinya seperti materil, waktu dan kreatifitas untuk berinovasi dalam menghasilkan produk maupun jasa yang memiliki kegunaan dan dapat memperoleh pendapatan dapat disebut dengan kewirausahaan.

Wirausahawan adalah orang-orang yang mempunyai usaha sendiri atau wirausahawan adalah orang yang berani membuka usaha kegiatan produktif yang mandiri. Menurut Hendro (2017:27) kewirausahawan sudah lebih dari sekedar menorganisasi karena bisa terdiri dari pencipta (*creator*), pemodal (*investor*) dan pelaku (*innovator*). Wirausahawan akan memunculkan terjadinya orientasi kewirausahaan, dimana orientasi kewirausahaan merupakan suatu fenomena usaha yang mencerminkan kemampuan manajemen pelaku usaha mereka, sebagaimana bisnis memulai untuk berinisiatif dan mengubah tindakan kompetitif mereka sehingga dapat menguntungkan bisnis yang dijalankannya (Iskandar, 2016).

### **Pengaruh Peluang dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Pengembangan Usaha**

Berdasarkan uji ANOVA atau F test di dapat nilai  $F_{hitung} (77,530) > F_{tabel} (3,15)$  dengan tingkat signifikansi 0.000. Karena probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0.05 maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan peluang usaha dan orientasi kewirausahaan secara bersama-sama terhadap pengembangan usaha UMKM Makanan Kuliner Kecamatan Medan Baru, dan dapat dilihat nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,708 yang berarti bahwa ada hubungan antara peluang usaha dan orientasi kewirausahaan terhadap pengembangan usaha, sedangkan untuk *R Square* sebesar 0,718 atau 71,8 % yang artinya pengaruh peluang usaha dan orientasi kewirausahaan terhadap pengembangan usaha UMKM Makanan Kuliner Kecamatan Medan Baru, sedangkan sisanya 28,2% variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini, misalnya orientasi pasar, modal usaha, karakteristik wirausaha dan variabel lainnya.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian, maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Peluang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru.
2. Orientasi Kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan

terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru.

3. Peluang dan Orientasi Kewirausahaan berpengaruh signifikan dan secara simultan terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi Kasus Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru.

Adapun saran-saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan daya saing dalam usaha, maka diharapkan untuk para pelaku usaha dapat meningkatkan kemampuannya dalam dunia bisnis usaha Makanan Kuliner Daerah Kecamatan Medan Baru.
2. Para pelaku usaha mikro kecil dan menengah agar dapat melihat potensi pasar sehingga dapat bersaing dengan pelaku bisnis lainnya.
3. Bagi pemerintah agar dapat kiranya memberikan batuan modal dan pelatihan-pelatihan kepada para pelaku usaha kecil khususnya yang ada di Kecamatan Medan Baru sehingga mereka nantinya dapat berkembang dan mampu meningkatkan perekonomian mereka dan Daerah

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, K. N. K., & Rastini, N. M. (2017). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(8), 4240–4264.
- Anoraga, P. (2017). *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Anoraga, P., & Sudantoko, D. (2017). *Koperasi Kewirausahaan dan Usaha Kecil*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. (2012). *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Jakarta
- Badan Pusat Statistik. (2021). *besaran Produk Domestik Regional Bruto*. Jakarta
- Budiarto, R. (2015). *Pengembangan UMKM: Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*. Yogyakarta.: Gadjah Mada University Press.
- Bygrave, W. D., & Zacharakis, A. (2015). *Entrepreneurship*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Fatimah, N. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan (Entrepreneurial Orientation) Terhadap Kinerja Pengembangan Produk Baru Yang Dimediasi Oleh Inovasi Model Bisnis (Studi Empiris Pada Usaha Kecil Di Daerah Sleman Yogyakarta). *Skripsi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*.
- Feranita, N. V., & Setiawan, H. A. (2018). Peran Keunggulan Bersaing dalam Memediasi Dampak Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM. *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*, 18(1).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hendro. (2017). *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Herlinawati, et al. (2019). The Effect of Entrepreneurial Orientation on SMEs Business Performance Indonesia. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(5).
- Indonesia. (2008). *Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Jakarta.
- Iskandar. (2017). Pengaruh Kewirausahaan dan Peluang Pasar terhadap Kinerja Usaha Perdagangan Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Peureulak Kota Kabupaten Aceh Timur. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 611–618.
- Iskandar, S. F. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Pada Pemilik Ukm Sektor Manufaktur Garmen Di Tanah Abang, Jakarta Pusat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 16(1), 13–24.
- Mariotti, S. (2016). *Entrepreneurship, Owning Your Future*. USA: Pearson Education, Inc.
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 118–124.
- Nitisusanro, M. (2016). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta.
- Pangeran, P. (2012). Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Kinerja Keuangan Pengembangan Produk Baru Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *JRMB*, 7(1), 1–15.

- Porter, M. E. (2018). *Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Pradhanawarti, P., & Prabawani. (2016). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Modal Usaha Dan Peran Business Development Service Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Pada Sentra Industri Kerupuk Desa Kedungrejo Sidoarjo Jawa Timur). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(1).
- Primiana, I. (2014). *Menggerakkan Sektor Riil UKM dan Industri*. Bandung: Alfabeta.
- Soegoto, E. S. (2014). *Enterpreneurship: Menjadi Pebisnis Ulung Edisi Revisi*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.
- Solihin, I. (2016). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2018). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.: CAPS.
- Tambunan, T. (2017). *UMKM di Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Widyansah, I. (2020). Keberhasilan Usaha Ditinjau Dari Peluang Usaha Dan Pengelolaan Keuangan (Studi Kasus pada Industri Mi Soun Desa Manjung, Kecamatan Ngawen, Kabupaten Klaten). *Skripsi Universitas Muham madiyah Surakarta*.
- Wirawan, Y. R. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Batik di Kabupaten Jombang. *Equilibrium*, 5(1), 56-69.