

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEBERHASILAN USAHA BAJU BEKAS IMPOR
MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL PADA
MASA PANDEMI COVID-19
DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

OLEH :

**HANIF LAKAFATHAN
NPM : 188320118**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 14/12/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)14/12/23

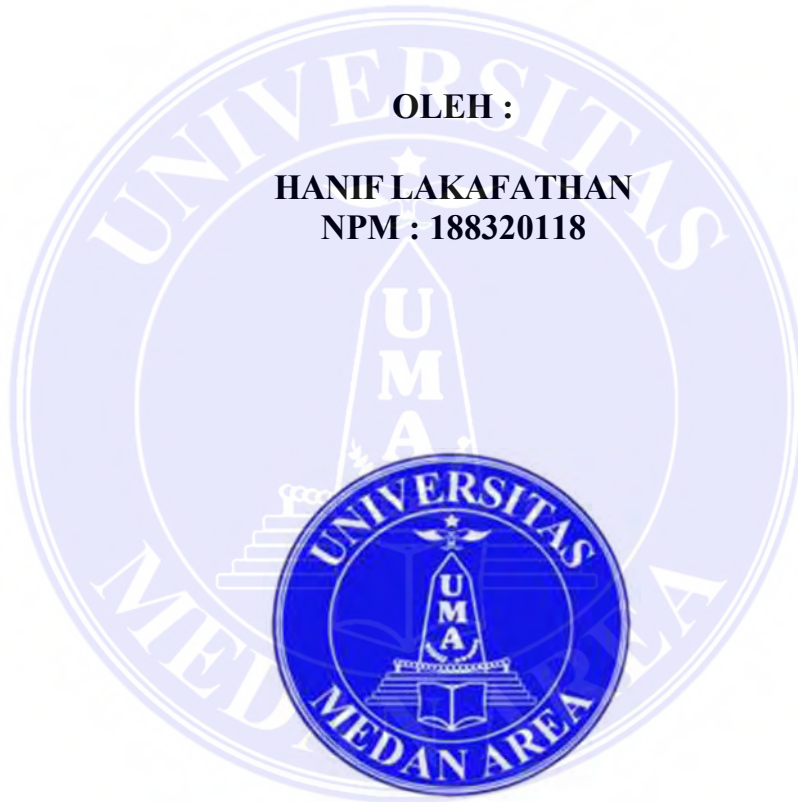
**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEBERHASILAN USAHA BAJU BEKAS IMPOR
MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL PADA
MASA PANDEMI COVID-19
DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

OLEH :

HANIF LAKAFATHAN

NPM : 188320118



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 14/12/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)14/12/23

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEBERHASILAN USAHA BAJU BEKAS IMPOR
MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL PADA
MASA PANDEMI COVID-19
DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Di Universitas Medan Area

OLEH :

**HANIF LAKAFATHAN
188320118**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 14/12/23

Access From (repository.uma.ac.id)14/12/23

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Baju Bekas Impor Menggunakan Media Sosial pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Medan.
Nama **Hanif Lakafathan**
NPM 188320118
Program Studi Manajemeu
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Tanggal Lulus : 29 September 2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Baju Bekas Impor Menggunakan Media Sosial pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Medan", sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR/SKRIPSI/ESIS UNTJJK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : HANIF LAKAFATHAN

NPM : 188320118

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/esis

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Baju Bekas Impor Menggunakan Media Sosial pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Medan. Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada tanggal : 20 Oktober 2023

Yang menyatakan



HANIF LAKAFATHAN
188320118

RIWAYAT HIDUP

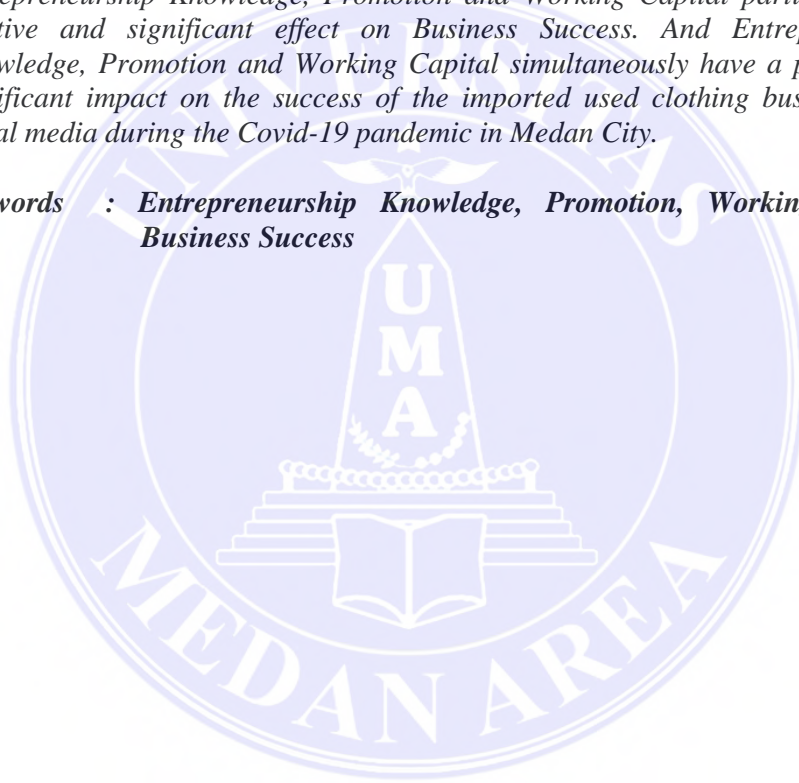


Nama	Hanif Lakafathan
NPM	188320118
Tempat, Tanggal Lahir	Tangerang, 23 September 2000
Nama Orang Tua:	
Ayah	Wawan Dedy Purmawandi
Ibu	Sukarsih
Riwayat Pendidikan:	
SMP	SMP Negeri 2 Medan
SMA/SMK	SMA Negeri 13 Medan
Riwayat Studi di UMA	Pada tahun 2018, peneliti terdaftar sebagai mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area
No. HP/WA	081277927231
Email	haniflakafathan09@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine whether Entrepreneurship Knowledge, Promotion and Working Capital affect the Success of Imported Used Clothes Business using social media during the Covid-19 pandemic in Medan City. This type of research is quantitative with the population used are all imported used clothing entrepreneurs who use Instagram, Meta (marketplace) and Telegram social media, while the research sample in this study was 83 people. The type of data used is quantitative data with the source of data in the study is primary data, data collection techniques by distributing questionnaires. The data analysis techniques are Multiple Linear Regression, Classical Assumption Test, t-test, F-test and Coefficient of Determination Test. The results of this study indicate that Entrepreneurship Knowledge, Promotion and Working Capital partially have a positive and significant effect on Business Success. And Entrepreneurship Knowledge, Promotion and Working Capital simultaneously have a positive and significant impact on the success of the imported used clothing business using social media during the Covid-19 pandemic in Medan City.

Keywords : **Entrepreneurship Knowledge, Promotion, Working Capital, Business Success**



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Pengetahuan Kewirausahaan, Promosi dan Modal Kerja berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Baju Bekas Impor menggunakan media sosial pada masa pandemi Covid-19 di Kota Medan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan populasi yang digunakan adalah seluruh pengusaha baju bekas impor yang menggunakan media sosial Instagram, Meta (marketplace) dan Telegram, sedangkan sampel penelitian pada penelitian ini sebanyak 83 orang. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dengan sumber data dalam penelitian adalah data primer, teknik pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yaitu Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, Uji t, Uji F dan Uji Koefisien Determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pegetahuan Kewirausahaan, Promosi dan Modal Kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha. Dan Pegetahuan Kewirausahaan, Promosi dan Modal Kerja secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha baju bekas impor menggunakan media sosial pada masa pandemi Covid-19 di Kota Medan.

Kata Kunci : Pengetahuan Kewirausahaan, Promosi, Modal Kerja, Keberhasilan Usaha



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT. Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat yang dilimpahkan-Nya sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Baju Bekas Impor Menggunakan Media Sosial pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Medan”** dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area untuk memperoleh gelar Strata-1 (S1) Sarjana Ekonomi.

Penulis menyadari bahwa penulisan Skripsi ini tidak mungkin akan terwujud apabila tidak ada bantuan dari berbagai pihak, melalui kesempatan ini izinkan penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc. selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA, MMgt, Ph,D, CIMA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Nindya Yunita, S.Pd, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Medan Area.
4. Ibu Adelina Lubis, SE, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberi arahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Dr. Nur Aisyah, SE, MM. selaku Dosen pembimbing saya yang telah memberikan waktu untuk mengoreksi dan memberi masukan masukan dalam penyempurnaan skripsi saya.

6. Ibu Findi Ruzika Audini Siregar, SE, MM. selaku dosen sekretaris saya yang telah meluangkan waktu dan membantu saya memberikan masukan untuk menyelesaikan skripsi saya.
7. Kepada Bapak dan Ibu dosen pengajar yang telah memberikan ilmunya kepada saya selama proses perkuliahan .
8. Teristimewa kepada Orang tua yang penulis cintai, ayah Wawan Dedy Purmawati, Ibu Sukarsib yang telah memberikan dukungan moril, materil beserta doa dan dukungannya kepada penulis hingga selesainya skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman jurusan manajemen stambuk 2018 serta teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini yang disebabkan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca. Terima kasih.

Medan, 20 Oktober 2023
Penulis

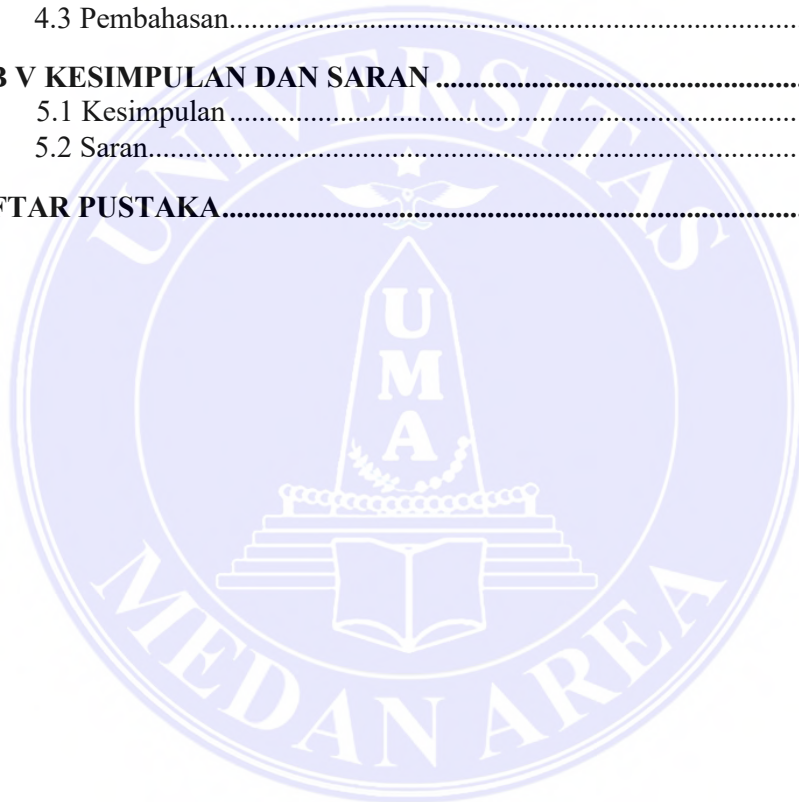


Hanif Lakafathan
NIM. 188320118

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pengetahuan Kewirausahaan.....	8
2.1.1 Pengertian Pengetahuan Kewirausahaan	8
2.1.2 Indikator Pengetahuan Kewirausahaan	10
2.2 Promosi	11
2.2.1 Pengertian Promosi.....	11
2.2.2 Fungsi dan Tujuan Promosi.....	12
2.2.3 Indikator Promosi	14
2.3 Modal Kerja.....	15
2.3.1 Pengertian Modal Kerja.....	15
2.3.2 Jenis Modal Kerja.....	16
2.3.3 Indikator Modal Kerja	17
2.4 Keberhasilan Usaha.....	17
2.4.1 Pengertian Keberhasilan Usaha	17
2.4.2 Indikator Keberhasilan Usaha	19
2.5 Penelitian Terdahulu.....	20
2.6 Kerangka Konseptual.....	22
2.7 Hipotesis Penelitian	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian	27
3.1.1 Jenis Penelitian.....	27
3.1.2 Lokasi Penelitian.....	27
3.1.3 Waktu Penelitian.....	27
3.2 Populasi dan Sampel.....	28
3.2.1 Populasi Penelitian.....	28
3.2.2 Sampel Penelitian.....	28
3.3 Definisi Operasional Variabel	29

3.4 Jenis dan Sumber Data	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data.	31
3.6 Teknik Analisa Data	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.1.1 Gambaran Umum Sampel Penelitian	39
4.2 Hasil Penelitian	41
4.2.1 Statistik Deskripsi	41
4.2.2 Hasil Uji Kualitas Data	42
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	46
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
4.2.5 Uji Hipotesis	52
4.3 Pembahasan.....	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	27
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 4.1 Deskripsi Responden.....	39
Tabel 4.2 Statistik Deskripsi.....	41
Tabel 4.3 Uji Validitas Pengetahuan Kewirausahaan (X1).....	42
Tabel 4.4 Uji Validitas Promosi (X2).....	43
Tabel 4.5 Uji Validitas Modal Kerja (X3).....	43
Tabel 4.6 Uji Validitas Keberhasilan Usaha (Y).....	44
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Pengetahuan Kewirausahaan (X1).....	44
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Promosi (X2).....	45
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Modal Kerja (X3).....	45
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Keberhasilan Usaha (Y).....	46
Tabel 4.11 Uji Normalitas dengan <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	47
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 4.13 Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Parsial (Uji-t).....	52
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Simultan (Uji F).....	53
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	25
Gambar 4.1 Grub Sosial Media Pengusaha Baju Bekas Impor.....	38
Gambar 4.2 Uji Normalitas dengan <i>Normal P-P Plot</i>	48
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas dengan Grafik <i>Scatterplot</i>	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	69
Lampiran 2 : Output SPSS.....	72
Lampiran 3 : Tabulasi Kuesioner.....	80



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pemerintah Indonesia saat ini sedang meningkatkan kegiatan entrepreneur untuk mewujudkan keinginan bangsa Indonesia menjadi negara maju. Berbagai cara terus dilakukan melalui acara seminar kewirausahaan maupun melalui pelatihan kewirausahaan yang dilakukan oleh motivator ataupun melalui entrepreneur yang sudah menjalankan kegiatan wirausaha. Kegiatan tersebut terus dilakukan agar menciptakan bibit-bibit muda berjiwa entrepreneur yang nantinya bisa membuka lapangan pekerjaan baik untuk dirinya sendiri maupun orang lain.

Tidak sedikit beberapa masyarakat mencoba untuk terjun menjadi pengusaha. Baik pada lapisan anak muda hingga orang dewasa ikut terjun ke dunia entrepreneur. Hal ini dikarenakan kelebihan dari menjadi seorang entrepreneur adalah adanya kebebasan dalam mengelola usahanya sesuka hati dan tentunya penghasilan yang dihasilkan juga mengimbangi bahkan lebih pada gaji seorang karyawan tetap.

Namun permasalahan yang sering dialami oleh calon entrepreneur selain harus memiliki modal yang cukup untuk memulai usaha, calon entrepreneur juga perlu konsentrasi yang penuh supaya paham dan mampu menyelesaikan kendala-kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha. Untuk itu seorang entrepreneur membutuhkan pengetahuan dibidang wirausaha.

Seorang entrepreneur harus mengetahui serta memahami pengetahuan yang berkaitan dengan kewirausahaan, menurut Suryana (2010) menyatakan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang menjadi dasar,

kiat serta pedoman seorang pengusaha untuk mencari peluang menuju kesuksesan dalam usahanya, inti dari pengetahuan kewirausahaan adalah pengetahuan dalam memberikan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui buah pemikiran yang kreatif dan inovatif demi terciptanya peluang bisnis.

Untuk memulai usaha dengan baik seorang wirausahawan harus memiliki bekal ilmu pengetahuan tentang kewirausahaan sehingga dengan berbekalnya ilmu, nantinya pengusaha dengan jiwa dan karakternya tumbuh menjadi sosok yang dimiliki seorang wirausahawan, seorang entrepreneur yang memiliki ilmu kewirausahaan yang memumpuni akan menjadi salah satu pendorong wirausahawan untuk mencapai keberhasilan dalam usaha atau bisnisnya.

Selanjutnya faktor penunjang keberhasilan usaha ialah strategi promosi. Promosi merupakan bentuk komunikasi dalam pemasaran yang mana hal tersebut berkaitan dengan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan.

Menurut Basu Swastha (2000: 222), promosi merupakan usaha perusahaan untuk menciptakan kesadaran, memberi tahu dan membujuk dan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk yang di tawarkan perusahaan. Sedangkan menurut Zimmerer (2005) Promosi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang produk atau jasa dan untuk memengaruhi mereka agar membeli barang atau jasa tersebut yang mencakup publisitas, penjualan perorangan dan periklanan. Menurut Fandy Tjiptono (2008:219) Promosi merupakan salah satu faktor penentu suatu keberhasilan usaha. Promosi berfungsi untuk merangsang

konsumen agar melakukan pembelian sehingga dapat meningkatkan laba dalam suatu keberhasilan usaha. Sebagus apapun kualitas produk, apabila konsumen belum mengenal dan belum mengetahui manfaat dari produk tersebut, maka konsumen tidak akan tertarik untuk membeli. Banyak diantara masyarakat yang mengenal produk baru melalui promosi, oleh karena itu promosi harus dibuat sedemikian rupa agar calon konsumen maupun konsumen lama tertarik untuk membeli produk tersebut.

Selanjutnya keberhasilan usaha juga didukung oleh modal kerja yang dimiliki pengusaha untuk menjalankan aktivitas perusahaannya. Faktor modal merupakan titik kunci dari setiap usaha dimana modal yang besar akan berpengaruh terhadap besarnya variasi produk dan tenaga kerja. Tersedianya variasi produk dalam jumlah yang cukup, berkesinambungan dan harga yang dapat dijangkau akan memperlancar proses pembelian yang pada gilirannya akan meningkatkan hasil penjualan dan dapat meningkatkan jumlah laba usaha yang didapat oleh para pengusaha. Dalam menghadapi persaingan global dan perdagangan bebas seperti sekarang ini kemampuan kewirausahaan sangat penting.

Dalam hal ini kaitannya dengan keberhasilan usaha baju bekas impor. Beberapa faktor diatas sangat mendukung keberhasilan usaha tersebut. Tercatat pada Badan Pusat Statistik mengenai pakaian sepanjang Januari sampai Oktober 2021 mencapai 58 ribu ton atau senilai US\$ 517,2 juta atau Rp 7,34 triliun. Mayoritas atau 82% dari pakaian bekas yang diimpor tersebut berasal dari China. Berdasarkan data BPS Sumut, impor pakaian sepanjang Januari-Oktober 2021 naik dari sisi volume maupun nilai dibandingkan periode yang sama tahun lalu.

Volume impor pakaian naik 15% dibandingkan Januari-Oktober 2020 sebanyak 50,5 ribu ton. Sementara nilainya, hanya naik tipis 0,33% dari tahun lalu US\$ 515,5 juta. Berdasarkan artikel katadata.co.id menyatakan bahwa pada tahun 2021 Cina merupakan negara eksportir terbesar pakaian ke Indonesia mencapai 47,5 ribu ton atau 82% dari total impor sepanjang sepuluh bulan 2021. Impor pakaian dari Cina meningkat 18% secara volume dibandingkan tahun lalu, tetapi nilainya turun 5%. Impor pakaian cina berdasarkan nilainya juga hanya menyumbang 53% dari total nilai impor pakaian Januari-Oktober 2021.

Namun berdasarkan hasil wawancara survey lapangan ditemukan bahwa pasokan baju bekas import yang masuk khususnya wilayah Kota Medan seperti Pajak Sambu, Pajak Melati, Pajak Suka Ramai dan pajak lainnya yang menjual pakaian bekas import yang cukup banyak, Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penjual baju bekas import di pasar Melati mengatakan bahwa permintaan baju bekas import di pasar semakin meningkat. Tidak jarang pembeli baju bekas import yang datang membeli untuk dijual lagi terutama untuk brand pakaian tertentu mereka sangat antusias membeli dalam jumlah banyak. Sehingga persediaan baju bekas import yang dijual cepat menipis.

Berdasarkan data yang diperoleh maka disimpulkan bahwa pasokan baju bekas impor dari tahun ke tahun terus meningkat namun secara nilai mengalami penurunan berarti pada kondisi pademi Covid-19 permintaan baju bekas impor mengalami penurunan (penjualan mengalami penurunan) namun volume ketersediaan barang terus meningkat. Hal ini dikarenakan disituasi pandemi Covid-19. Dilihat dari sisi konsumen khawatir dalam menggunakan atau membeli baju bekas impor selain itu juga berlakunya PPKM di Indonesia membatasi

mobilisasi masyarakat untuk keluar rumah. Namun dari sisi pengusaha, peneliti melihat kurangnya kemampuan atau pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki pengusaha, hal ini dikarenakan pengusaha baju bekas impor yang menjual produknya di media sosial didominasi oleh kalangan anak muda, yang mana pengetahuan yang dimiliki juga masih dikatakan minim kadang kala juga banyak pengusaha tersebut melakukan usaha dikarenakan FOMO (*Fear Of Missing Out*) atau ikut-ikutan. Sehingga strategi promosi yang dilakukan belum terancang atau terstruktur dengan baik serta faktor modal kerja yang juga masih dikatakan minim. Untuk itu hendaknya para pengusaha baju bekas impor mengambil langkah lebih dalam menjualkan produknya melalui pasar *online* atau *e-commerce* dengan bantuan sosial media, giat mengencarkan promosi serta harus melakukan riset dan pembelajaran lebih dalam untuk menguasai teknik atau cara menjalankan, pengetahuan tentang manajemen, operasional serta mempersiapkan anggaran yang digunakan untuk membangun dan menjalankan usaha. Sehingga diharapkan dengan usaha-usaha tersebut mampu mendorong dan menstabilkan pendapatan yang diterima pada masa pandemi Covid saat ini. Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul : **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Baju Bekas Impor Menggunakan Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Medan**".

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Baju Bekas Impor Menggunakan Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Medan ?
2. Apakah Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Baju Bekas Impor Menggunakan Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Medan ?
3. Apakah Modal Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Baju Bekas Impor Menggunakan Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Medan ?
4. Apakah Pengetahuan Kewirausahaan, Promosi dan Modal Kerja secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Baju Bekas Impor Menggunakan Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Medan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Pengetahuan Kewirasusahaan terhadap Keberhasilan Usaha Baju Bekas Impor Menggunakan Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Keberhasilan Usaha Baju Bekas Impor Menggunakan Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh Modal Kerja terhadap Keberhasilan Usaha Baju Bekas Impor Menggunakan Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Medan.

4. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Promosi dan Modal Kerja terhadap Keberhasilan Usaha Baju Bekas Impor Menggunakan Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Medan.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini, penulis mengharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan sumbangan bagi pihak-pihak terkait, diantaranya :

a. Aspek teoritis

1. Penelitian ini dapat memperkaya konsep dan teori mengenai program penjualan baju bekas impor menggunakan media sosial serta mampu mempengaruhi keberhasilan usaha selama masa pandemi Covid-19.
2. Sebagai sumbangan ilmu bagi bidang studi Manajemen khususnya pada konsentrasi manajemen pemasaran, tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha.

b. Aspek Praktis

1. Bagi Penulis Sebagai sarana pembelajaran dalam membuat penelitian, menambah pengetahuan dan wawasan dan juga menambah kemampuan menganalisis sebuah fenomena.
2. Bagi penguasaha baju bekas impor secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan juga sebagai gambaran faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan usaha baju bekas impor khususnya menggunakan media sosial terlebih pada situasi pandemi saat ini (Covid-19).

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengetahuan Kewirausahaan

2.1.1. Pengertian Pengetahuan Kewirausahaan

Menurut Suryana (2010:2) “Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses”, inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif demi terciptanya peluang. Seorang wirausaha tidak akan berhasil apabila tidak memiliki pengetahuan, kemampuan dan kemauan.

Menurut Hisrich (2008) dalam Sarwono dan Nugroho (2013) pengetahuan kewirausahaan adalah dasar dari sumber daya kewirausahaan yang terdapat didalam diri individu. Beberapa bekal pengetahuan yang harus dimiliki wirausaha (Suryana, 2010:91) adalah:

1. Bekal pengetahuan mengenai bidang usaha yang akan dirintis dan lingkungan usaha yang ada disekitarnya
2. Bekal pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab
3. Pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis

Menurut Scarborough, 2006 (dalam Kristanto, 2009:38) beberapa pengetahuan dan kapabilitas yang sangat diperlukan wirausaha agar unggul yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui bidang usaha yang dirintis, wirausaha dalam melakukan kegiatan usaha harus mengetahui dengan jelas apa bisnis yang dilakukan sekarang dan prospek di masa depan.

2. Memiliki sikap yang tepat, sifat dan sikap yang baik harus dimiliki oleh wirausaha. Pada masa kini dan masa depan wirausaha harus mau dan mampu berperilaku etis dan memiliki rasa tanggung jawab sosial guna kelangsungan hidup usaha dimasa depan.
3. Memiliki modal yang memadai, kemampuan mengelola keuangan merupakan hal sangat penting guna kelangsungan hidup usaha. Kemampuan mendatangkan modal sangat ditentukan keahlian wirausaha dalam mengevaluasi sumber-sumber pendanaan dan juga pengalaman di bidang keuangan.
4. Mampu mengelola keuangan dengan baik, wirausahawan yang dikatakan unggul ialah yang mampu mengelola dengan efektif. Mampu mencari sumber dana yang paling murah, mampu memanfaatkan keuntungan usaha dengan tepat, dan juga mampu mencatat kegiatan operasionalisasi usaha.
5. Mengelola waktu dengan efisien, wirausahawan harus mampu mengelola waktu dengan baik dan kemampuan membuat time schedule dan menepati merupakan hal yang sangat dibutuhkan untuk menjaga hubungan baik dengan kolega.
6. Memuaskan pelanggan dengan kualitas produk yang tinggi, aktivitas perusahaan harus mampu menghasilkan produk dengan kualitas tinggi. Wirausahawan yang unggul mengajarkan bahwa barang dan jasa yang berkualitas tinggi sangat penting dalam mempertahankan persaingan. Manfaat yang didapat tidak hanya untuk mengurangi kerusakan tetapi juga meningkatkan produktivitas, meningkatkan

kepuasan konsumen, semakin rendahnya biaya, dan menjaga citra baik perusahaan.

7. Mengetahui bagaimana untuk bersaing, persaingan yang sehat mampu menjaga kemitraan sangat dibutuhkan bagi kelangsungan bisnis dimasa depan. Wirausaha harus mengetahui siapa pesaingnya, memiliki kemauan dan kemampuan berkompetisi dengan baik berdasarkan norma etika dan tanggung jawab sosial.

Menurut Casson, dalam Yuyun Wirasasmita (1993), dalam (Echdar Saban, 2013:47), terdapat beberapa kemampuan yang harus dimiliki seorang wirausaha yaitu:

1. Memiliki pengetahuan tentang usaha yang akan dijalankan.
2. Memiliki imajinasi, ide dan perspektif serta tidak mengandalkan kesuksesan masa lalu.
3. Memiliki pengetahuan praktis, misalnya pengetahuan teknik, desain, pembukuan, pemasaran dan administrasi.
4. Memiliki kemampuan menemukan, berkreasi dan berimajinasi.
5. Berpandangan jauh ke depan.
6. Memiliki kemampuan berkomunikasi, gaul dan senang berhubungan dengan orang lain.

2.1.2. Indikator Pengetahuan Kewirausahaan

Menurut Suryana (2010) dan Scarborough, 2006 (dalam Kristanto, 2009:38) indikator yang terkait dengan pengetahuan wirausaha yaitu:

1. Mengerti tentang bidang usaha yang dijalankan
2. Memiliki pembukuan sederhana

3. Mampu berkomunikasi dengan baik
4. Memiliki pengetahuan tentang manajemen
5. Memiliki pengetahuan pemasaran

2.2. Promosi

2.2.1. Pengertian Promosi

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan suatu pesan tertentu tentang produk baik barang atau jasa, merek dagang atau perusahaan dan lain sebagainya kepada konsumen sehingga dapat membantu pemasaran meningkatkan penjualan.

Philip Kotler (1997, 142) mendefinisikan promosi sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen agar membeli.

Julian Cummins (1991, 11) mendefinisikan promosi sebagai serangkaian teknik yang digunakan untuk mencapai sasaran penjualan atau pemasaran dengan menggunakan biaya yang efektif , dengan memberikan nilai tambah pada produk atau jasa baik kepada perantara atau pemakai langsung. Biasanya tidak dibatasi dalam jangka waktu tertentu.

Menurut Anton Tejakusuma (dalam Mega Super Salesman, 2010) promosi merupakan sebuah tindakan yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan, juga sebagai strategi untuk mengajak prospek melalui transaksi. Dari ketiga pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen, melainkan sebuah alat untuk mempengaruhi dalam kegiatan pembelian sesuai

dengan keinginan dan kebutuhannya. Hal- hal tersebut dapat dicapai dengan menggunakan alat alat promosi.

2.2.2. Fungsi dan Tujuan Promosi

Menurut Terence A. Shimp (2002: 7) promosi memiliki fungsi – fungsi seperti :

1. *Informing* (memberikan informasi), promosi membuat konsumen sadar akan produk- produk baru, mendidik mereka tentang berbagai fitur dan manfaat merek, serta memfasilitasi penciptaan citra sebuah perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa. Promosi menampilkan pesan informasi bernilai lainnya, baik untuk merek yang diiklankan maupun konsumennya, dengan dengan mengajarkan manfaat- manfaat baru dari merek yang telah ada.
2. *Persuading* (Membujuk), media promosi atau iklan yang baik akan mampu mempersuasi pelanggan untuk mencoba produk dan jasa yang ditawarkan. Terkadang persuasi berbentuk mempengaruhi permintaan primer, yakni menciptakan permintaan bagi keseluruhan kategori produk. Lebih sering, promosi berupaya untuk membangun permintaan sekunder, permintaan bagi merek perusahaan yang spesifik.
3. *Reminding* (mengingatkan), iklan menjaga agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen. Saat kebutuhan muncul, yang berhubungan dengan produk dan jasa yang di iklankan, dampak promosi di masa lalu memungkinkan merek pengiklan hadir di benak konsumen. Periklanan lebih jauh di demonstrasikan untuk mempengaruhi pengalihan merek dengan mengingatkan para konsumen yang di akhir- akhir ini belum

membeli merek yang tersedia dan mengandung atribut- atribut yang menguntungkan.

4. *Adding Value* (Menambah nilai), terdapat tiga cara mendasar dimana perusahaan bisa membeli nilai tambah bagi penawaran mereka, inovasi, penyempurnaan, kualitas, atau mengubah persepsi konsumen. Ketiga komponen nilai tambah tersebut benar-benar independen. Promosi yang efektif menyebabkan merek dipandang lebih elegan, lebih bergaya, lebih bergensi dan bisa lebih unggul

Sedangkan menurut Boone dan Kurtz (2002: 134) tujuan promosi adalah sebagai berikut :

1. Menyediakan informasi

Menyediakan informasi ini merupakan tujuan strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan hanya menyebabkan informasi yang memberitahukan calon pembeli tentang produk atau jasa yang akan dipasarkan

2. Mendiferensikan sebuah produk

Tujuan dari promosi ini adalah mendiferensiasikan produk atau jasa perusahaan dengan produk atau jasa pesaing. Dengan jasa mengaplikasikan konsep yang disebut positioning. Pemasar berupaya meraih tempat didalam benak konsumen, maksudnya yaitu mengkomunikasikan perbedaan-perbedaan signifikan mengenai atribut, harga, kualitas, atau manfaat dari produk atau jasa konsumen.

3. Menaikan penjualan

Menaikan penjualan adalah tujuan paling umum dari strategi promosi. Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya, beberapa strategi berkonsentrasi pada merangsang permintaan primer walaupun sebagian menstabilkan penjualan.

4. Menstabilkan penjualan

Stabilitasi penjualan adalah tujuan lain dari promosi, perusahaan biasanya mempromosikan konten penjualan selama periode penurunan penjualan, dan memotivasi tenaga penjualan dengan menawarkan hadiah- hadiah seperti liburan, televis, dan beasiswa kepada mereka yang meraih target tertentu

5. Menonjolkan nilai produk

Sejumlah promosi diajukan untuk menonjolkan nilai produk dengan menjelaskan manfaat- manfaat kepemilikan dari produk yang kurang dikenal pembeli. Berdasarkan tujuan- tujuan dari promosi yang telah diuraikan oleh para ahli, penulis berpendapat bahwa focus utama dari promosi adalah terhadap produk akhir yang terdapat dalam sebuah perusahaan

2.2.3. Indikator Promosi

Menurut Kotler dan Keller (2016:272) indikator-indikator promosi diantaranya adalah:

1. Pesan Promosi merupakan tolak ukur seberapa baik pesan promosi dilakukan dan disampaikan kepada pasar.

2. Media Promosi adalah media yang digunakan oleh perusahaan dalam melaksanakan promosi.
3. Waktu Promosi merupakan lamanya promosi yang dilakukan oleh perusahaan.

Sementara indikator dari promosi menurut Fandi Tjiptono (2008) adalah Periklanan, Penjualan personal, Promosi penjualan serta Hubungan masyarakat

2.3. Modal Kerja

2.3.1. Pengertian Modal Kerja

Menurut Harmono (2009), Modal kerja adalah aktiva lancar, sedangkan komponen aktiva lancar meliputi kas dan setara kas, piutang, persediaan dan aktiva lancar lainnya, pengelolaan modal kerja dapat diartikan sebagai pengelolaan terhadap komponen – komponen aktiva lancar.

Sedangkan menurut Kasmir (2010) pengertian modal kerja lainnya yaitu : Modal kerja didefinisikan sebagai modal yang digunakan untuk membiayai operasional sehari – hari, terutama yang memiliki jangka waktu yang pendek. Modal kerja juga diartikan seluruh aktiva lancar yang dimiliki suatu perusahaan atau aktiva lancar setelah dikurangi dengan hutang lancar atau dengan kata lain modal kerja merupakan investasi yang ditanamkan dalam aktiva lancar atau aktiva jangka pendek, seperti kas, bank, surat berharga, piutang, persediaan, dan aktiva lancar lainnya. Biasanya modal kerja digunakan untuk beberapa kali kegiatan dalam satu periode. Dari pengertian-pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa modal kerja adalah faktor penting bagi perusahaan, setiap perusahaan harus mempunyai modal kerja yang cukup untuk kelangsungan kegiatan operasi

perusahaannya yang digunakan untuk membeli bahan baku, membayar upah karyawan, membayar hutang dan pembayaran lainnya.

2.3.2. Jenis Modal Kerja

a. Modal kerja permanen

Modal kerja permanen adalah modal kerja yang harus tetap ada pada perusahaan untuk dapat menjalankan fungsinya, atau dengan kata lain modal kerja secara terus menerus diperlukan untuk kelancaran usaha. Modal kerja permanen dibedakan lagi menjadi:

- 1) Modal kerja primer (*primary working capital*) yaitu modal kerja minimum yang harus ada pada perusahaan untuk menjamin kelangsungan kegiatan usahanya.
- 2) Modal kerja normal (*normal working capital*) yaitu sejumlah modal kerja yang diperlukan untuk menyelenggarakan luas produksi dengan kapasitas normal. Kapasitas normal mempunyai pengertian yang fleksibel menurut kondisi perusahaannya.

b. Modal kerja variabel

Modal kerja variabel adalah modal kerja yang jumlahnya berubah-ubah karena keadaan darurat yang tidak diketahui sebelumnya. Modal kerja ini dibedakan menjadi:

- 1) Modal kerja musiman (*seasonal working capital*) yaitu modal kerja yang jumlahnya berubah-ubah yang disebabkan karena perubahan musim.

- 2) Modal kerja siklis (*cyclical working capital*) yaitu sejumlah modal kerja yang jumlahnya berubah-ubah disebabkan oleh perubahan permintaan produk.
- 3) Modal kerja darurat (*emergency working capital*) yaitu modal kerja yang besarnya berubah-ubah karena penyebabnya keadaan darurat yang tidak diketahui sebelumnya misalnya: kebakaran, banjir, gempa bumi, buruh mogok, dan sebagainya.

2.3.3. Indikator Modal Kerja

Menurut Lies (2013) indikator modal kerja terdiri dari :

1. Kebutuhan bahan baku
2. Biaya yang dikeluarkan
3. Jumlah dana < 25Juta
4. Jumlah dana mencukupi kebutuhan
5. Jumlah dana yang ada tidak untuk konsumsi.

2.4. Keberhasilan Usaha

2.4.1. Pengertian Keberhasilan Usaha

Menurut Ina Primiana (2009:49) mengemukakan bahwa keberhasilan usaha adalah permodalan sudah terpenuhi, penyaluran yang produktif dan tercapainya tujuan organisasi. Sedangkan menurut Algifari (2003:118) ia berpendapat bahwa keberhasilan usaha dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara ekonomis.

Pendapat lain diungkapkan oleh Moch. Kohar Mudzakar dalam Ressa Andari (2011:21b) , “ Keberhasilan usaha adalah sesuatu keadaan yang menggambarkan lebih daripada yang lainnya yang sederajat/sekelasnya. Henry

Faizal Noor (2007:397) mengemukakan bahwa Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapatkan laba, karena laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis.

Menurut Albert Wijaya dalam Suryana(2011:168) yang mengemukakan bahwa faktor yang merupakan tujuan yang kritis dan menjadi ukuran dari keberhasilan suatu perusahaan adalah laba.

Menurut Suyatno (2010:179) berkaitan dengan faktor penentu keberhasilan usaha industri kecil ini, hasil penelitiannya menemukan bahwa keberhasilan usaha kecil ditandai oleh inovasi, perilaku mau mengambil resiko. Begitu juga hasil penelitian Murphy dalam sumber yang sama menemukan bahwa keberhasilan usaha kecil disumbangkan oleh kerja keras, dedikasi, dan komitmen terhadap pelayanan dan kualitas. Berbagai faktor penentu keberhasilan usaha industri kecil hasil identifikasi penelitian tersebut pada dasarnya adalah cerminan dari kemampuan usaha (pengetahuan, sikap dan keterampilan), pengalaman yang relevan, motivasi kerja dan tingkat pendidikan seseorang pengusaha. Sehingga dapat diketahui bahwa keberhasilan usaha dapat dipengaruhi oleh kemampuan usaha yang tercermin diantaranya melalui pengetahuan, sikap, dan keterampilan dari pengusaha.

Keberhasilan suatu usaha diidentikkan dengan laba atau penambahan material yang dihasilkan oleh pengusaha, tetapi pada dasarnya keberhasilan usaha tidak hanya dilihat dari hasil secara fisik tetapi keberhasilan usaha dirasakan oleh pengusaha dapat berupa panggilan pribadi atau kepuasan batin. Kriteria keberhasilan usaha kecil dalam penelitian Riyanti, (2003) tentang wirausaha kecil

di Singapura menunjukkan bahwa dari 85% responden yang menjawab, 70% wirausaha menggunakan net laba bersih (profit growth) untuk mengukur keberhasilan usaha, disusul oleh laba penjualan (sales revenue growth, 61%), laba setelah pajak (return on investment, 50%), dan pangsa pasar (market share, 48%). Selanjutnya, 38% dari wirausaha yang menggunakan kriteria keberhasilan laba bersih (net profit growth), berpendapat bahwa prestasi 6-10% pertumbuhan pertahun merupakan indikator keberhasilan usaha. Untuk mendukung uraian diatas, criteria keberhasilan usaha adalah usaha-usaha yang mengalami peningkatan 25% dari keadaan ketika perusahaan didirikan. Meskipun hanya 25%, karena yang dilihat adalah peningkatan dalam akumulasi modal, jumlah produksi, jumlah pelanggan, perluasan usaha dan perbaikan fisik maka kriteria tersebut dinilai cukup signifikan sebagai kriteria keberhasilan usaha (Riyanti, 2003).

2.4.2. Indikator Keberhasilan Usaha

Dalam penelitian ini menggunakan indikator keberhasilan dari Dwi Riyanti (2003:28) yaitu terdiri dari :

1. Meningkatnya omzet
2. Bertambahnya jumlah karyawan
3. Meningkatnya volume Penjualan
4. Meningkatnya jumlah pelanggan dan transaksi

2.5. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Indriyatni (2013)	Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan usaha Mikro dan Kecil (Studi pada Usaha Kecil Di Semarang Barat)	Variabel Independen : Modal Kerja, Kemampuan dan Lokasi Usaha Variabel Dependen : Keberhasilan Usaha	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara Modal Kerja, Kemampuan dan Lokasi Usaha secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Dan secara simultan Modal Kerja, Kemampuan dan Lokasi Usaha berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha
2.	Rahmadanita (2015)	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Karakter Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Wirausaha Mikro di Kelurahan Madras Hulu Medan Polonia	Variabel Independen : Pengetahuan Kewirausahaan dan Karakter Kewirausahaan Variabel Dependen : Keberhasilan Usaha	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengetahuan Kewirausahaan dan Karakter Kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.
3.	Satrio (2017)	Pengaruh Kepemimpinan dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Usaha UKM di Jl. Dr.Mansyur)	Variabel Independen : Kepemimpinan dan Pengetahuan Kewirausahaan Variabel Dependen : Keberhasilan Usaha	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepemimpinan dan Pengetahuan Kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan usaha. Dan secara simultan Kepemimpinan dan Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
4.	Habibi (2018)	Pengaruh Modal Usaha dan Perilaku Kewirausahaan terhadap Laba Usaha Mikro (Studi Kasus Pedagang Bakso di Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang).	Variabel Independen : Modal Usaha dan Perilaku Kewirausahaan Variabel Dependen : Laba Usaha	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Modal Usaha dan Perilaku Kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Laba Usaha Dan secara simultan juga menunjukkan bahwa Modal Usaha dan Perilaku Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Laba Usaha
5.	Arsiati (2021)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pada Industri Kripik Tempe di Desa Sadang Ngawi	Variabel Independen : Modal Usaha, Pengalaman, Promosi dan Kemampuan Variabel Dependen : Keberhasilan Usaha	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Modal Usaha, Pengalaman, Promosi dan Kemampuan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Dan secara simultan juga menunjukkan bahwa Modal Usaha, Pengalaman, Promosi dan Kemampuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha

Sumber : Disusun oleh peneliti

2.6. Kerangka Konseptual

2.6.1. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lia Rahmadanita (2015) menunjukkan bahwa secara parsial Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha. Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha seperti yang dikemukakan oleh Suryana (2010:5), mengatakan bahwa wirausaha yang sukses pada umumnya adalah mereka yang memiliki kompetensi, yaitu yang memiliki ilmu pengetahuan, ketrampilan dan kualitas individual yang meliputi sikap, motivasi, nilai-nilai pribadi, serta tingkah laku yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan/kegiatan. Sehingga disimpulkan bahwa untuk menjadi wirausaha yang sukses dan mencapai keberhasilan dalam usahanya tentu saja pewirausaha harus memiliki kompetensi dalam menghadapi segala resiko dan tantangan. Salah satu kompetensi itu ialah pengetahuan kewirausahaan. Setiap wirausaha harus memiliki ilmu pengetahuan yang cukup dan layak sebelum memasuki dunia usaha dan memulai usahanya, karena hal itu berpengaruh langsung pada hasil, dimana akan menentukan titik keberhasilan pada usaha yang dirintis. Dengan pengetahuan yang cukup para pelaku usaha dapat menerapkannya pada usaha yang akan dijalankan sehingga mereka dapat mencapai keberhasilan usaha sesuai target yang mereka inginkan.

2.6.2. Pengaruh Promosi terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Arsiati (2021) menyatakan bahwa Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha. Hal ini dikarenakan Promosi merupakan salah satu faktor

penentu suatu keberhasilan usaha. Promosi berfungsi untuk merangsang konsumen agar melakukan pembelian sehingga dapat meningkatkan laba dalam suatu keberhasilan usaha. Sebagus apapun kualitas produk, apabila konsumen belum mengenal dan belum mengetahui manfaat dari produk tersebut, maka konsumen tidak akan tertarik untuk membeli. Banyak diantara masyarakat yang mengenal produk baru melalui promosi, oleh karena itu promosi harus dibuat sedemikian rupa agar calon konsumen maupun konsumen lama tertarik untuk membeli produk tersebut.

2.6.3. Pengaruh Modal Kerja terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lies (2013) menyatakan bahwa Modal kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha. Hal ini dikarenakan Modal Kerja merupakan faktor penting bagi perusahaan baik perusahaan besar dan kecil, perusahaan harus mempunyai modal kerja yang cukup kelangsungan kegiatan operasinya. Dalam hal ini pengusaha baju bekas impor membutuhkan modal kerja yang nantinya akan digunakan untuk membiayai pembelian produk baju bekas impor, pembayaran upah karyawan serta pembayaran hutang dan lain-lainnya.

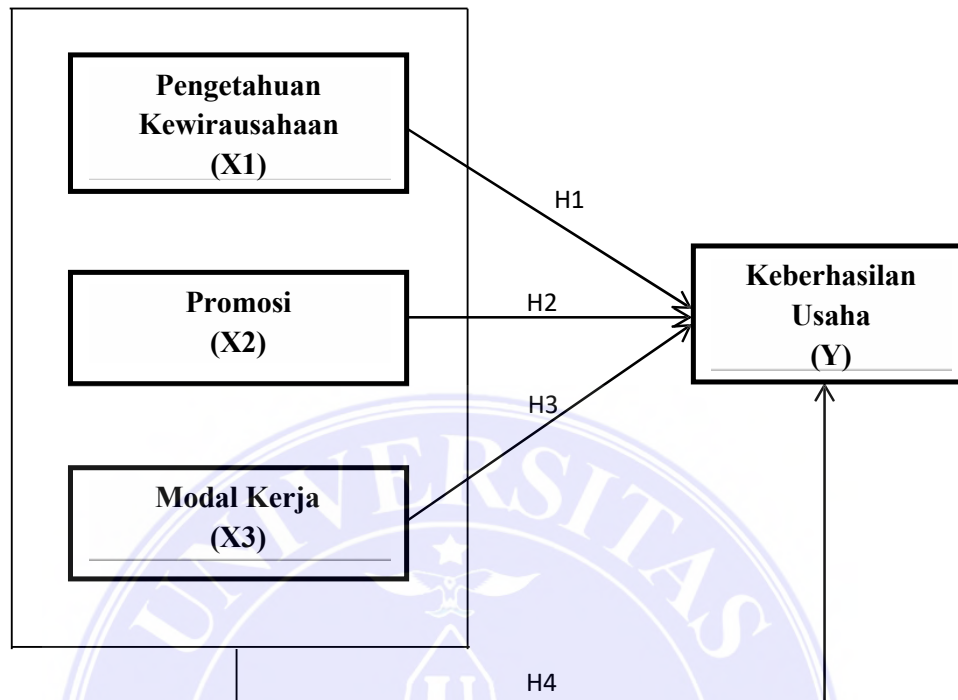
2.6.4. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Promosi dan Modal Kerja secara simultan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha

Hal ini tentu didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Arsiati (2021) yang menyatakan bahwa secara simultan adanya modal usaha, pengalaman pengusaha, promosi dan kemampuan pengusaha dalam menjual berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

Selain itu juga penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Lismawati (2019), yang menyatakan bahwa modal kerja dan perilaku kewirausahaan secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Berdasarkan uraian yang telah di jelaskan diatas disimpulkan bahwa apabila Pengetahuan Kewirausahaan yang dimiliki pengusaha baju bekas impor sudah memumpuni, serta Promosi pengusaha melalui media sosial telah dijalankan dan mampu menarik minat pembeli khususnya pengguna sosial media dan dibarengi dengan Modal kerja yang cukup untuk membiayai kebutuhan operasional usaha maka hal tersebut dapat mendorong keberhasilan usaha baju bekas impor.

Berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan diatas dapat dilihat hubungan antar variabel pengetahuan Kewirausahaan, Promosi dan Modal Kerja memiliki kemampuan dalam mendorong Keberhasilan Usaha baik secara parsial dan simultan. Dibawah ini merupakan bentuk kerangka konseptual dalam penelitian ini :



Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual

2.7. Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2018) menyatakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan.

Maka berdasarkan kerangka pemikiran teoritis di atas, peneliti mengambil dugaan sementara (hipotesis) dalam penelitian ini bahwa :

Hipotesis 1 : Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

Hipotesis 2 : Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

Hipotesis 3 :Modal Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

Hipotesis 4 : Pengetahuan Kewirausahaan, Promosi dan Modal Kerja secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.



BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang dilakukan penulis dalam melakukan penelitian bersifat deskriptif dan kuantitatif. Penelitian deskriptif bersifat uraian penjelasan dengan mengelompokkan, menganalisis data berdasarkan pada hasil jawaban responden yang diperoleh dari kuesioner. Penelitian kuantitatif merupakan analisis dengan mengolah data dari hasil yang telah dinyatakan dalam satuan angka untuk dianalisis dengan perhitungan statistik terhadap variabel obyek yang diteliti.

3.1.2. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di situs media sosial seperti instagram, meta (marketplace) dan telegram. Hal ini dikarenakan platform tersebut memudahkan para calon pembeli dalam memperoleh informasi mengenai pembelian baju bekas impor yang ingin dibeli.

3.1.3. Waktu Penelitian

Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian

NO	URAIAN KEGIATAN	WAKTU PENELITIAN									
		2022					2023				
		JAN	APR	JUL	OKT	DES	FEB	MEI	JUN	AGS	
1	Pengajuan Judul Penelitian										
2	Pembuatan Proposal										
3	Bimbingan Proposal										
4	Seminar Proposal Penelitian										

5	Pengumpulan Data Penelitian								
6	Penyusunan dan Bimbingan Skripsi								
7	Seminar Hasil Penelitian								
8	Penyiapan Berkas Sidang								
9	Sidang Meja Hijau								

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2014), Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek atau objek yang memiliki karakter & kualitas tertentu yang ditetapkan oleh seorang peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik sebuah kesimpulan. Populasi pada penelitian ini adalah semua pengusaha baju bekas impor yang menggunakan media sosial Meta (marketplace) sebagai platform penjualan digitalnya sebanyak 464 pengusaha di Kota Medan.

3.2.2. Sampel

Pengertian sampel menurut (Sugiyono, 2019) “Sampel adalah sebagian populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi atau jumlah lebih sedikit dari populasi.” Jadi sampel merupakan bagian atau wakil yang diteliti yang dapat menggambarkan populasinya, Dalam penelitian ini sampel yang diperoleh dari hasil peninjauan langsung kepada pengusaha baju bekas impor kota Medan yang menggunakan media sosial instagram dan Meta (marketplace) sebagai platform penjualan digitalnya yakni sebanyak 83 pengusaha.

Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik Slovin. Berikut ini perhitungan dalam penarikan sampel menggunakan rumus Slovin :

Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

e = Margin of error (10%)

n = $464 / (1 + (464 \times 0,1^2))$

n = $464 / (1 + 4,64)$

n = $464 / 5,64$

n = 82,27 Pengusaha atau 83 Pengusaha

3.3. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel penelitian menurut Sugiyono (2019) merupakan suatu sifat atau nilai dari objek, orang maupun kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menguraikan definisi operasional variabel dalam sebuah penelitian adalah sesuatu yang esensial, ini berguna untuk pengumpulan data peneliti agar tidak melakukan kekeliruan.

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Pengetahuan Kewirausahaan (X ₁)	Pengetahuan Kewirausahaan adalah pengetahuan yang dimiliki seseorang untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui fikiran kreatif dan tindakan inovatif demi terciptanya peluang. (Suryana, 2010)	1. Mampu berkomunikasi dengan baik 2. Memiliki pembukuan sederhana 3. Mengerti tentang bidang usaha yang dijalankan 4. Memiliki pengetahuan manajemen 5. Memiliki pengetahuan pemasaran (Suryana, 2010)	L I K E R T
Promosi (X ₂)	Promosi adalah suatu kegiatan untuk merangsang konsumen agar melakukan pembelian sehingga dapat meningkatkan laba dalam suatu keberhasilan usaha. (Fandi Tjiptono, 2008)	1. Periklanan 2. Penjualan personal 3. Promosi penjualan 4. Interaksi Masyarakat (Fandi Tjiptono, 2008)	L I K E R T
Modal Kerja (X ₃)	Modal Kerja adalah sejumlah dana/uang yang digunakan untuk membiayai operasional sehari – hari, terutama yang memiliki jangka waktu yang pendek. (Kasmir, 2010)	1. Kebutuhan bahan baku 2. Biaya yang dikeluarkan 3. Jumlah dana mencukupi kebutuhan 4. Jumlah dana yang ada tidak untuk konsumsi. (Kasmir, 2010)	L I K E R T
Keberhasilan Usaha (Y)	Keberhasilan Usaha adalah suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil sebelumnya atau bisa dikatakan mengalami pencapaian hasil sesuai yang direncanakan. (Dwi Riyanti, 2003)	1. Meningkatnya omzet 2. Bertambahnya jumlah karyawan 3. Meningkatnya volume penjualan 4. Meningkatnya jumlah pelanggan dan transaksi (Dwi Riyanti, 2003)	L I K E R T

3.4. Jenis dan Sumber Data

3.4.1. Jenis Data

Dalam penelitian ini digunakan jenis data kuantitatif dan penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan menggunakan data yang diperoleh dari hasil kuesioner yang akan dibagikan kepada para pengusaha baju bekas impor kota Medan yang menggunakan media sosial Instagram dan Meta (marketplace) sebagai platform penjualan digitalnya yang menjadi sampel pada penelitian ini.

3.4.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer yang diperoleh dari hasil kuesioner yang akan dibagikan kepada para pengusaha baju bekas impor kota Medan yang menggunakan media sosial Instagram, Telegram dan Meta (marketplace) sebagai platform penjualan digitalnya yang menjadi sampel pada penelitian ini.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2017:137) menyatakan bahwa teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara menyebarkan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dan skala pengukuran yang dilakukan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2013) pengertian skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1. Uji Kualitas Data

3.6.1.1. Uji Validitas

Uji Validitas data merupakan uji yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut, Dasar pengambilan suatu item valid atau tidak valid menurut Sugiyono (2014) dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total, bila korelasi r diatas 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut valid. Sebaliknya bila korelasi r dibawah 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut tidak valid sehingga harus diperbaiki atau dibuang. Berikut rumus mengukur ke valid-an data:

$$r = \frac{\sum XY - \frac{\sum X \sum Y}{n}}{\sqrt{(\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n})(\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n})}}$$

Keterangan :

X = Skor item

Y = Skor total

XY = Skor pertanyaan

n = Jumlah responden untuk diuji coba

r = Korelasi *produk moment*

3.6.1.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dinyatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pada program SPSS, metode ini dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha*, dimana koesioner dikatakan reliable jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Rumus perhitungan yang digunakan untuk *Cronbach Alpha* adalah :

Dimana :

r = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

σ^2 = Jumlah varian

Σ = Total Varian

Apabila variabel yang diteliti mempunyai *cronbach's alpha* (α) > 60% (0,60) maka variabel tersebut dikatakan reliable. Sebaliknya, *cronbach's alpha* (α) < 60% (0,60) maka variabel tersebut dikatakan tidak reliable.

3.6.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda sebenarnya sama dengan analisis regresi linear sederhana, hanya saja variabel bebasnya lebih dari satu buah. Persamaan umumnya adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keberhasilan Usaha

a = Konstanta

B₁X₁ = Koefisien Pengetahuan Kewirausahaan

B₂X₂ = Koefisien Promosi

B₃X₃ = Koefisien Modal Kerja

e = Error

Yang mana Y adalah variabel terikat (dependen), dan X adalah variabel-variabel bebas (independen), a adalah konstanta (*intersept*) dan b adalah koefisien regresi pada masing-masing variabel bebas. Interpretasi terhadap persamaan juga relatif sama yaitu pengaruh antara Pengetahuan Kewirausahaan (X₁), Komitmen (X₂) dan Modal Kerja (X₃) terhadap Keberhasilan Usaha (Y).

3.6.3. Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan *One Sample Kormogrov-Smirnov Test*. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas dilihat dari nilai sig. *Unstandardized Residual* yang dihasilkan. Jika nilai signifikan > 5%, maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal, dan jika nilai signifikan < 5%, maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar tidak normal (Ghozali, 2011).

3.6.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Pendeteksian multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factors* (VIF). Apabila nilai $VIF < 10$ maka tidak terdapat multikolinearitas dalam variabel bebas, begitu pula sebaliknya apabila nilai $VIF > 10$ maka terdapat multikolinearitas dalam variabel bebas (Ghozali, 2011).

3.6.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dengan cara melihat grafik *scatterplot* yang mana titik-titik harus menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. dengan begitu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. (Ghozali, 2011).

3.6.4. Uji Hipotesis

3.6.4.1. Uji t (Parsial)

Uji t atau biasa disebut uji parsial dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individual (parsial) Apabila hasil penelitian menunjukkan :

1. Nilai signifikansi hitung $\leq \alpha$ (0,05) berarti bahwa variabel Pengetahuan Kewirausahaan, Komitmen dan Modal Kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha

2. Nilai signifikansi t hitung $> \alpha$ (0,05) berarti bahwa variabel Pengetahuan Kewirausahaan, Komitmen dan Modal Kerja secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

3.6.4.2. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel independen secara bersama-sama. Apabila hasil penelitian menunjukkan :

1. Nilai signifikan $F \leq \alpha$ (0,05) berarti bahwa variabel Pengetahuan Kewirausahaan, Komitmen dan Modal Kerja secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.
2. Nilai signifikan $F > \alpha$ (0,05) berarti bahwa variabel Pengetahuan Kewirausahaan, Komitmen dan Modal Kerja secara bersama-sama tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

3.6.4.3. Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis korelasi dapat dilanjutkan dengan menghitung koefisien determinasi ini berfungsi untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Koefisien determinan berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Hal ini berarti $R^2 = 0$ menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, bila *adjusted R Square* semakin besar mendekati angka 1 maka menunjukkan semakin kuatnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan bila *adjusted R Square* semakin kecil bahkan mendekati nol, maka dapat dikatakan semakin kecil pula pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$Kd = \quad X 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

= Koefisien Korelasi (*R Square*)



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan penulis mengenai Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Baju Bekas Impor Menggunakan Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Medan, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Baju Bekas Impor Menggunakan Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Medan. Pengetahuan tersebut meliputi : cara memperoleh barang impor sampai dengan menjualnya ke berbagai tempat dan memasarkannya melalui media sosial, skill dalam menjual barang di sosial media sangat dibutuhkan serta kreativitas dan keterampilan juga sangat mendukung agar dapat mencapai keberhasilan usaha baju bekas impor di kota Medan.
2. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Baju Bekas Impor Menggunakan Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Medan. Kegiatan promosi yang mendukung Keberhasilan Usaha seperti : melakukan Periklanan, promosi penjualan, personal selling dan publisitas. Yang mana seluruh kegiatan promosi memiliki dampak yang maksimum untuk menghasilkan keuntungan penjualan.
3. Modal Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Baju Bekas Impor Menggunakan Media Sosial Pada Masa Pandemi

Covid-19 di Kota Medan. Modal kerja yang cukup akan digunakan untuk membiayai kelangsungan kegiatan operasional perusahaan. Modal kerja tersebut meliputi : Dana, Tenaga Kerja, Bahan Baku dll. Ketersediaan Modal kerja yang cukup akan mendukung keberhasilan usaha.

3. Pengetahuan Kewirausahaan, Promosi dan Modal Kerja secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Baju Bekas Impor Menggunakan Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Medan. ketiga faktor diatas sangat mendukung keberhasilan usaha hal ini didukung oleh indikator keberhasilan usaha sebanyak 72,1% yang menyatakan bahwa ketiga faktor tersebut memberikan dampak atau kontribusi keberhasilan usaha yang mana omzet penjualan yang terus meningkat setiap bulannya.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah diuraikan diatas maka saran yang ini penulis berikan yaitu :

1. Pengusaha baju bekas impor harus meningkatkan pengetahuan kewirausahaan khususnya dalam mengelola keuangan, pengusaha baju bekas impor juga harus memiliki laporan keuangan dengan jelas dan teliti, sehingga tidak ada lagi pengusaha yang tidak dapat membedakan antara pengeluaran untuk usaha dengan pengeluaran pribadi.
2. Pengusaha baju bekas impor juga harus meningkatkan promosi penjualannya terlebih media penjualan yang digunakan melalui media sosial. Pengusaha baju bekas impor harus mempelajari lebih dalam

mengenai periklanan di sosial media terutama pada periklanan berbayar seperti Meta dan Instagram.

3. Kepada peneliti selanjutnya perlu dilakukan pengamatan dengan objek yang lebih luas dan responden yang lebih banyak sehingga dapat dijadikan acuan bagi kepentingan generalisasi permasalahan.
4. Peneliti selanjutnya juga diharapkan untuk menggunakan atau menambahkan variabel independen, moderasi atau intervening seperti : Lama Usaha, Lokasi Usaha, Pengalaman, Komitmen, Motivasi dan Kemampuan Usaha.



DAFTAR PUSTAKA

- Arsiati, Ruslina (2021). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pada Industri Keripik Tempe Di Desa Sadang Ngawi*. Jurnal. Universitas PGRI Madiun.
- Basu Swastha, (2000). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada
- Benedicta Prihatin Dwi, Riyanti. (2003). *Kewirausahaan Dari Sudut Pandang. Psikologi Kepribadian*. Jakarta : Grasindo.
- Boone, Louis E dan Kurtz, David L. (2002). *Pengantar Bisnis*. Jilid ke-1. Terjemahan Anwar Fadriansyah. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Cummins, J. (1991). *Promosi penjualan: Bagaimana menciptakan dan menerapkan program yang benar-benar berhasil*. (Heryanto G.,Trans.). Jakarta: Binarupa Aksara
- Habibi. Ikhsan Nasution. (2018). *Pengaruh Modal Usaha dan Perilaku Kewirausahaan terhadap Laba Usaha Mikro. (Studi Kasus Pedagang Bakso di Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Harmono, *Manajemen Keuangan : Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus dan Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h.193
- Harmono. *Manajemen Keuangan: Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus dan Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara. 2009
- Henry, Faizal Noor. 2007. *Ekonomi Manajerial*. PT RajaGrafindo Persada.Jakarta
- Ina Primiana. (2009). *Menggerakkan Sektor Riil UKM dan Industri*. Bandung: Alfabeta
- Indriyatni, Lies. 2013. *Analisi Faktor Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro dan Kecil (Studi Pada Usaha Kecil Di*

Semarang Barat). JURNAL STIE SEMARANG, VOL 5, NO 1, Edisi Februari 2013 (ISSN : 2252-7826).

Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan*, (Jakarta : Kencana, 2010), h.210

Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2004, *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi kesembilan*, Jilid 1, dialih bahasakan oleh Alexander Sindoro, Jakarta:Indeks.

Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid satu. Jakarta: Erlangga.

Kristanto, Heru, 2009. *Kewirausahaan Entrepreneurship: Pendekatan Manajemen dan Praktik Edisi Pertama* – Yogyakarta, Graha Ilmu.

Rahmadanita, Lia (2015). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Wirausaha Mikro Di Kelurahan Madras Hulu Medan Polonia*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.

Ressa Andari 2011. *Pengaruh Kompetisi Pengusaha, Skala usaha dan Saluran pemasaran terhadap Keberhasilan Usaha (Survei pada Industri Bawang Goreng di Kabupaten Kuningan*. Skripsi UPI Bandung. Tersedia di: repository.upi.edu

Rizki Pamungkas, 2014. *Faktor - Faktor yang mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pemegang Saham Waralaba (studi kasus pada waralaba makanan dan minuman lokal di Kota Semarang)* Jurnal Manajemen Univ.Diponegoro. hal 22-36.

Sarwono Nursito dan Nugroho, 2013. *Analisis Pengaruh Interaksi Pengetahuan Kewirausahaan dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Kewirausahaan (Studi kasus pada mahasiswa-mahasiswa di beberapa Perguruan Tinggi Swasta di Surakarta*. Jurnal Psikologi.

Sarwono, J. dan Prihartono, 2012. *Perdagangan Online: Cara bisnis di Internet, Elex Media Koputindo*, Jakarta.

- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet: Bandung
- Sugiyono.2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet: Bandung
- Sugiyono.2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet: Bandung.
- Suryana. 2010. *Kewirausahaan*, Jakarta: Salemba Empat.
- Suyatno Purnama, Chamdan. (2010). *Motivasi dan Kemampuan Usaha Dalam meningkatkan Keberhasilan Usaha Industri Kecil (Studi Pada Industri Kecil Sepatu di Jawa Timur)*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, pp. 177-184.
- Swasta, Basu DH, 2000, *Manajemen Panjualan*, BPFE, Yogyakarta,hal,234
- Tejakusuma Anton. 2010. *Mega Super Salesman*, Jakarta: New Diglossia Vaisuti
- Justine. 2006. Indonesia, Jakarta: Lonely Planet
- Terence A. Shimp.2001. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Yusuf. Deni Satrio (2017). *Pengaruh Kepemimpinan dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Usaha UKM Di JL. Dr. Mansyur)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universita Sumatera Utara.
- Zimmerer, Thomas dan Norman M. Scarborough. 2002. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Sitorus, Y. S., Nasution, A. M. U., & Parulian, T. (2021). Diri dan Pengetahuan Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Pekerjaan Umum Medan. *Economics, Business and Management Science Journal*, 1(2), 100-108.

- Yuliana, A., Sugito, S., & Mulia, A. (2022). Pengaruh Punishment Dan Reward Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Gelatik Supra Kantor Cabang Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 3(1), 1-11.
- Laksana, R. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimsum Pada CV. Royal Insan Mandiri di Medan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Nasution, A. M. U., & Tarigan, D. S. (2019). Pengaruh Brand Equity dan Inovasi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di PT. Indako Trading Coy Kotamadya Medan.
- Imelda, S., & Huwaida, H. (2016). Strategi Promosi Guna Meningkatkan Omzet Penjualan Sparepart Dan Service Pada Pt Nusantara Borneo Motor. *Jurnal INTEKNA: Informasi Teknik Dan Niaga*, 16(2), 174-183.
- Sugandini, D. (2020). HASIL CEK PLAGIASI REVISIT INTENTION: THE STUDY OF COMMUNITY BASED TOURISM.
- Suryani, W. (2021). Pengaruh BTS Sebagai Brand Ambassador Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Generasi Z (Studi Kasus: Marketplace Tokopedia) (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Suryani, W., Peranginangin, J., Margery, E., & Setiawan, A. I. (2020). Revisited Intention on Islamic Heritage Destination in Indonesia. *Calitatea*, 21(176), 98-101.
- Yunita, N. (2018). Pengaruh Keunggulan Bersaing dan E-Marketing Terhadap Keputusanpenumpang Menggunakan Taksi Blue Bird (studi kasus pada mahasiswa Magister ilmu manajemen USU) (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).

- Yunita, N. (2014). PENGARUH PROGRAM REMEDIAL TERHADAP PRESTASI BELAJAR SISWA KELAS X PADA MATA PELAJARAN KEWIRAUSAHAAN DI SMK HARAPAN STABAT TAHUN AJARAN 2013/2014 (Doctoral dissertation, UNIMED).
- Yunita, N., Rini, E. S., & Sembiring, B. K. F. Competitive Advantage and e-Marketing Effect to Blue Bird Passenger Decision (Case Study: Student of Master of Management Science, Universitas Sumatera Utara).
- Yunita, N., & Fadlan, A. (2023). The Effect of Content Marketing and Personal Selling on Purchase Intention at Roti Romi Medan. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, 4(1), 81-90.
- Syahrial, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Wardah Di Toko Nina Kosmetik, Kecamatan Tanjung Tiram (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Syahrial, H., Dharmansyah, M. R., Meutia, R. F., & Fauzan, N. (2022). Development of Halal Food in Muslim Minority Countries.
- Muda, I., Dewi, R., & Syahrial, H. PENINGKATAN DAYA SAING HOME INDUSTRY DODOL DI KELURAHAN HUTASUHUT KECAMATAN SIPIROK KABUPATEN TAPANULI SELATAN. *JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 24(4), 894-899.



LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
 Umur : Tahun
 Pendidikan Terakhir :
 Umur Usaha : Bln/Thn
 Rata-Rata Penghasilan/Hari :
 (berikan tanda contreng (√) pada kotak yang tersedia)

KUESIONER

Sangat Setuju (SS) 5	Setuju (S) 4	Netral (N) 3	Tidak Setuju (TS) 2	Sangat Tidak Setuju (STS) 1
-------------------------	-----------------	-----------------	------------------------	--------------------------------

Petunjuk :

- Pada kotak yang tersedia berikan tanda contreng (√) pada jawaban yang Bapak/Ibuk anggap benar

A. PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN (X1)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya mampu berkomunikasi dengan baik					
2.	Saya memiliki pembukuan sederhana dalam mengelola keuangan					
3.	Saya mengerti tentang usaha yang saya jalankan					
4.	Saya dapat mengelola usaha ini dengan baik					
5.	Saya memiliki cara dalam memasarkan usaha saya					

B. PROMOSI (X2)

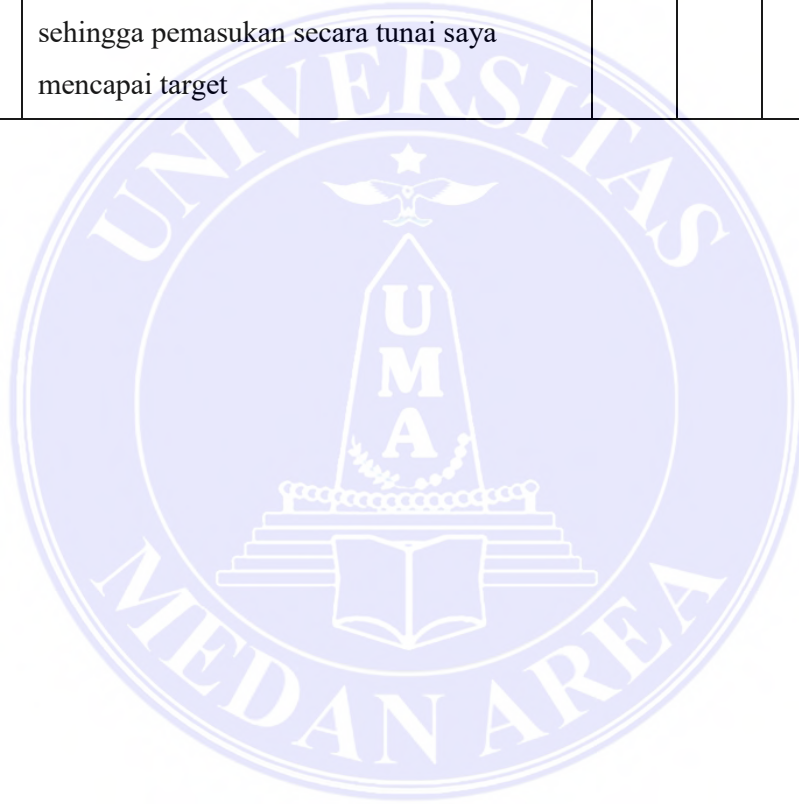
NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya melakukan periklanan untuk penjualan baju import saya					
2.	Saya melakukan periklanan di media sosial pribadi saya					
3.	Promosi penjualan saya lakukan di beberapa platform digital dan <i>e-commerce</i>					
4.	Interaksi masyarakat terhadap promosi yang saya lakukan cukup menarik perhatian					

C. MODAL KERJA (X3)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya selalu mengambil stock barang paling sedikit seminggu sekali					
2.	Biaya untuk modal pembelian barang selalu saya sisihkan diakhir bulan					
3.	Saya juga menyisihkan dana untuk kebutuhan tak terduga					
4.	Dana yang saya sisihkan untuk usaha terpisah dengan dana untuk kebutuhan sehari-hari					

D. KEBERHASILAN USAHA (Y)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Jumlah pekerja saya bertambah					
2.	Saya mempunyai omset penjualan yang meningkat setiap bulannya					
3.	Pesanan penjualan saya setiap minggunya semakin meningkat					
4.	Pelanggan saya bertambah setiap harinya sehingga pemasukan secara tunai saya mencapai target					



Lampiran 2 : Output SPSS

A. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas Pengetahuan Kewirausahaan (X1)

		Correlations					
		P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.341**	.271*	.314**	.282**	.649**
	Sig. (2-tailed)		.002	.013	.004	.010	.000
	N	83	83	83	83	83	83
P2	Pearson Correlation	.341**	1	.179	.513**	.292**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.002		.105	.000	.007	.000
	N	83	83	83	83	83	83
P3	Pearson Correlation	.271*	.179	1	.151	.115	.526**
	Sig. (2-tailed)	.013	.105		.174	.300	.000
	N	83	83	83	83	83	83
P4	Pearson Correlation	.314**	.513**	.151	1	.320**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.174		.003	.000
	N	83	83	83	83	83	83
P5	Pearson Correlation	.282**	.292**	.115	.320**	1	.624**
	Sig. (2-tailed)	.010	.007	.300	.003		.000
	N	83	83	83	83	83	83
TOTAL AL	Pearson Correlation	.649**	.735**	.526**	.712**	.624**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	83	83	83	83	83	83

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

b. Uji Validitas Promosi (X2)

		Correlations				
		P1	P2	P3	P4	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.341**	.271*	.314**	.649**
	Sig. (2-tailed)		.002	.013	.004	.000
	N	83	83	83	83	83
P2	Pearson Correlation	.341**	1	.179	.513**	.735**

	Sig. (2-tailed)	.002		.105	.000	.000
	N	83	83	83	83	83
P3	Pearson Correlation	.271*	.179	1	.151	.526**
	Sig. (2-tailed)	.013	.105		.174	.000
	N	83	83	83	83	83
P4	Pearson Correlation	.314**	.513**	.151	1	.712**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.174		.000
	N	83	83	83	83	83
TOTAL	Pearson Correlation	.649**	.735**	.526**	.712**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	83	83	83	83	83

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

c. Uji Validitas Modal Kerja (X3)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.144	.389**	.278*	.688**
	Sig. (2-tailed)		.193	.000	.011	.000
	N	83	83	83	83	83
P2	Pearson Correlation	.144	1	.118	.456**	.643**
	Sig. (2-tailed)	.193		.289	.000	.000
	N	83	83	83	83	83
P3	Pearson Correlation	.389**	.118	1	.159	.622**
	Sig. (2-tailed)	.000	.289		.151	.000
	N	83	83	83	83	83
P4	Pearson Correlation	.278*	.456**	.159	1	.709**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.151		.000
	N	83	83	83	83	83
TOTAL	Pearson Correlation	.688**	.643**	.622**	.709**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	83	83	83	83	83

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

d. Uji Validitas Keberhasilan Usaha (Y)

		Correlations				
		P1	P2	P3	P4	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.365**	.231*	.306**	.691**
	Sig. (2-tailed)		.001	.036	.005	.000
	N	83	83	83	83	83
P2	Pearson Correlation	.365**	1	.338**	.278*	.733**
	Sig. (2-tailed)	.001		.002	.011	.000
	N	83	83	83	83	83
P3	Pearson Correlation	.231*	.338**	1	.174	.632**
	Sig. (2-tailed)	.036	.002		.115	.000
	N	83	83	83	83	83
P4	Pearson Correlation	.306**	.278*	.174	1	.662**
	Sig. (2-tailed)	.005	.011	.115		.000
	N	83	83	83	83	83
TOTAL	Pearson Correlation	.691**	.733**	.632**	.662**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	83	83	83	83	83

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Uji Reliabilitas

a. Uji Reliabilitas Pengetahuan Kewirausahaan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.655	5

b. Uji Reliabilitas Promosi (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.623	4

c. Uji Reliabilitas Modal Kerja (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.581	4

c. Uji Reliabilitas Keberhasilan Usaha (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.610	4

Statistik Deskripsi

	N	Range	Min	Max	Mean	Std. Deviation	Variance
Pengetahuan Kewirausahaan	83	11	14	25	20.23	2.216	4.910
Promosi	83	8	12	20	16.45	1.921	3.689
Modal Kerja	83	10	10	20	16.48	1.990	3.960
Keberhasilan Usaha	83	9	11	20	16.80	2.246	5.043
Valid N (listwise)	83						

Uji Asumsi Klasik

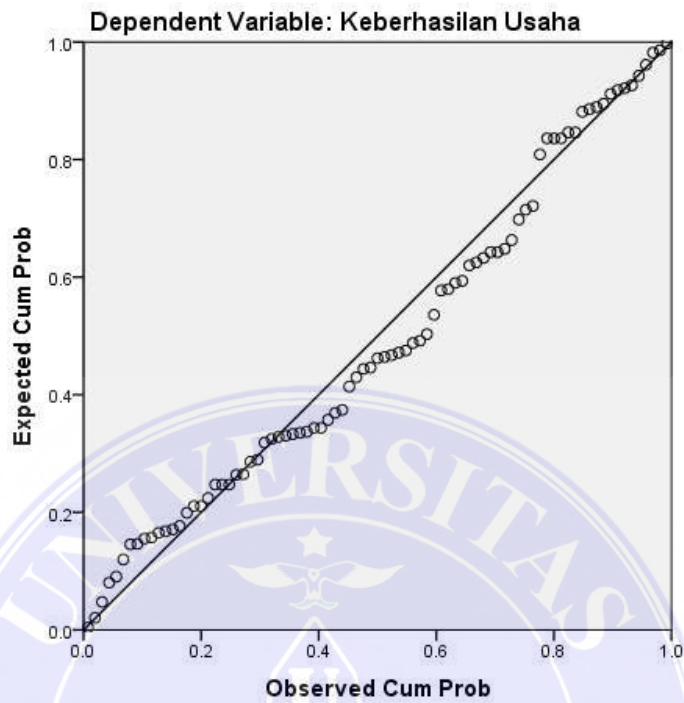
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.16518166
	Absolute	.087
Most Extreme Differences	Positive	.087
	Negative	-.069
Kolmogorov-Smirnov Z		.794
Asymp. Sig. (2-tailed)		.554

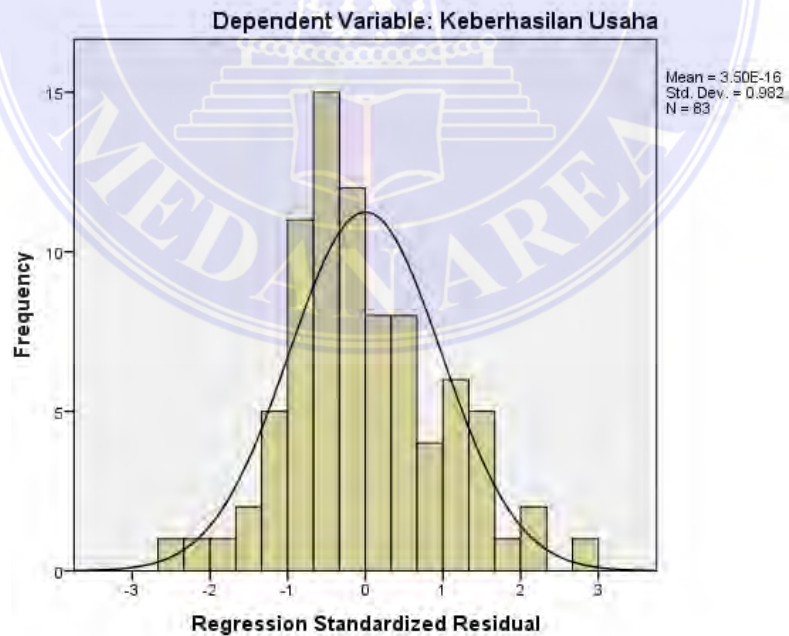
a. Test distribution is Normal.

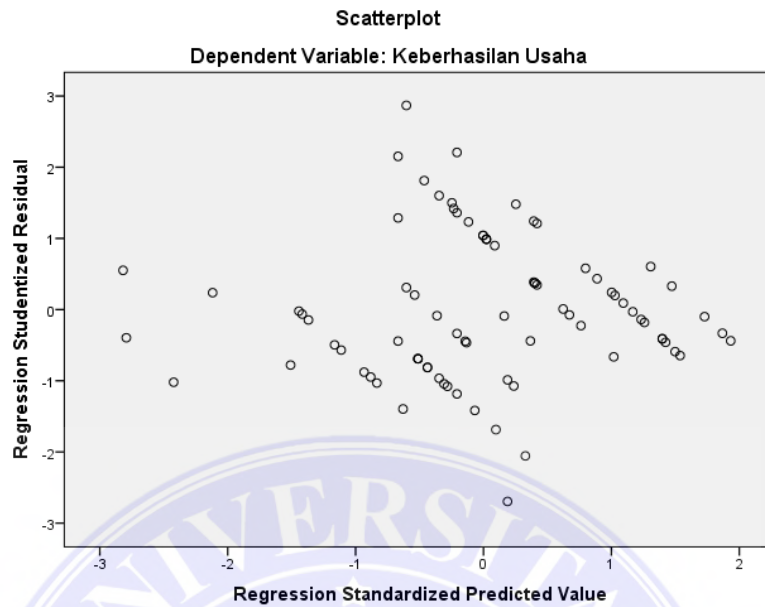
b. Calculated from data.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Histogram





Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.310	1.258		1.041	.301
1 Pengetahuan Kewirausahaan	.317	.111	.313	2.871	.005
Promosi	.442	.109	.378	4.039	.000
Modal Kerja	.268	.130	.237	2.056	.043

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.310	1.258		1.041	.301
1 Pengetahuan Kewirausahaan	.317	.111	.313	2.871	.005
Promosi	.442	.109	.378	4.039	.000
Modal Kerja	.268	.130	.237	2.056	.043

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	302.191	3	100.730	71.480	.000 ^b
	Residual	111.327	79	1.409		
	Total	413.518	82			

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

b. Predictors: (Constant), Modal Kerja, Promosi, Pengetahuan Kewirausahaan

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.855 ^a	.731	.721	1.187

a. Predictors: (Constant), Modal Kerja, Promosi, Pengetahuan Kewirausahaan

b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Lampiran 3 : Tabulasi Kuesioner

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEBERHASILAN USAHA BAJU BEKAS IMPOR MENGGUNAKAN
MEDIA SOSIAL PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA MEDAN**

No Responden	Pengetahuan Kewirausahaan (X1)					Total
	P1	P2	P3	P4	P5	
1	5	5	5	5	5	25
2	5	5	4	5	5	24
3	5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	5	24
6	4	5	5	4	5	23
7	5	5	5	5	4	24
8	5	4	4	5	5	23
9	4	5	4	5	4	22
10	5	4	5	4	5	23
11	4	5	4	5	5	23
12	5	4	4	5	5	23
13	5	5	5	4	4	23
14	4	5	4	5	5	23
15	3	4	4	5	5	21
16	5	5	5	4	4	23
17	4	4	5	4	3	20
18	4	5	4	5	4	22
19	5	4	4	4	3	20
20	4	5	4	5	4	22
21	4	4	3	4	5	20
22	3	5	4	4	4	20
23	4	4	5	4	3	20
24	4	5	4	4	4	21
25	4	4	4	3	5	20
26	4	4	5	4	3	20
27	4	5	4	4	4	21
28	4	4	5	4	4	21
29	4	4	4	3	4	19
30	5	4	3	4	3	19
31	4	5	4	3	3	19
32	5	4	5	4	4	22
33	4	5	5	4	4	22

34	5	4	4	5	4	22
35	4	3	5	4	3	19
36	4	4	4	4	4	20
37	4	4	4	4	4	20
38	4	3	5	4	4	20
39	4	4	4	3	4	19
40	3	4	4	4	4	19
41	4	5	4	3	4	20
42	4	4	5	4	3	20
43	4	4	3	4	5	20
44	3	4	4	5	4	20
45	4	5	3	4	4	20
46	5	4	4	4	4	21
47	4	4	4	3	4	19
48	4	3	4	4	5	20
49	4	4	5	4	4	21
50	3	4	4	4	4	19
51	4	5	4	5	3	21
52	4	4	3	4	5	20
53	4	5	4	4	4	21
54	3	3	5	4	4	19
55	4	4	4	3	4	19
56	4	4	5	4	3	20
57	4	4	3	4	4	19
58	4	5	4	4	4	21
59	3	3	5	3	4	18
60	4	4	5	4	4	21
61	4	4	3	5	3	19
62	4	3	4	4	4	19
63	4	4	5	4	4	21
64	4	3	4	3	4	18
65	4	4	3	4	4	19
66	4	4	4	5	3	20
67	4	4	4	4	4	20
68	3	4	4	4	3	18
69	4	3	5	4	4	20
70	4	4	3	5	4	20
71	4	3	4	4	5	20
72	4	3	4	3	3	17
73	3	4	3	4	3	17
74	4	3	4	4	3	18

75	4	3	4	3	4	18
76	4	3	4	3	4	18
77	4	4	4	4	3	19
78	4	4	4	4	4	20
79	4	3	4	3	4	18
80	4	3	3	3	3	16
81	3	3	3	3	3	15
82	3	2	3	3	3	14
83	3	3	3	3	3	15

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEBERHASILAN USAHA BAJU BEKAS IMPOR MENGGUNAKAN
MEDIA SOSIAL PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA MEDAN**

No Responden	Promosi (X2)				Total
	P1	P2	P3	P4	
1	5	4	5	5	19
2	5	5	5	5	20
3	5	5	4	5	19
4	5	4	5	4	18
5	5	3	5	5	18
6	4	5	4	5	18
7	5	4	5	5	19
8	4	5	5	5	19
9	5	5	4	5	19
10	5	4	5	4	18
11	4	5	5	5	19
12	5	5	4	5	19
13	5	4	5	4	18
14	4	4	4	5	17
15	5	4	5	4	18
16	4	5	5	5	19
17	5	5	4	5	19
18	5	5	5	4	19
19	5	4	5	5	19
20	4	5	4	5	18
21	5	4	5	4	18
22	4	5	4	4	17
23	5	4	5	4	18

24	5	4	4	5	18
25	5	4	5	4	18
26	4	4	5	5	18
27	4	5	4	5	18
28	5	5	5	5	20
29	5	5	4	4	18
30	4	5	4	5	18
31	5	4	4	4	17
32	4	5	3	4	16
33	4	4	5	3	16
34	4	4	4	3	15
35	4	3	4	4	15
36	3	4	5	4	16
37	4	5	4	3	16
38	5	4	5	3	17
39	3	4	4	4	15
40	3	5	5	4	17
41	4	4	4	5	17
42	5	4	4	4	17
43	4	3	5	4	16
44	4	4	3	3	14
45	4	3	4	3	14
46	4	3	4	3	14
47	4	5	3	4	16
48	3	4	4	5	16
49	4	4	5	4	17
50	3	4	4	4	15
51	3	4	4	4	15
52	4	5	3	5	17
53	5	4	4	4	17
54	4	3	4	3	14
55	4	4	4	5	17
56	4	3	5	4	16
57	5	4	3	4	16
58	4	4	5	3	16
59	3	5	4	5	17
60	3	5	4	4	16
61	5	4	4	4	17
62	4	4	4	4	16
63	4	4	5	4	17
64	4	4	3	5	16

65	4	5	4	3	16
66	5	3	4	4	16
67	4	4	3	4	15
68	3	4	5	3	15
69	3	5	4	4	16
70	3	4	4	4	15
71	4	3	3	4	14
72	3	4	3	4	14
73	4	3	4	4	15
74	3	3	4	3	13
75	3	3	3	4	13
76	4	3	4	3	14
77	3	4	3	4	14
78	4	3	4	4	15
79	4	3	4	3	14
80	3	4	3	3	13
81	3	3	3	4	13
82	3	3	3	3	12
83	3	3	3	3	12

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEBERHASILAN USAHA BAJU BEKAS IMPOR MENGGUNAKAN
MEDIA SOSIAL PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA MEDAN**

No Responden	Modal Kerja (X3)				Total
	P1	P2	P3	P4	
1	5	5	5	5	20
2	5	5	5	5	20
3	5	5	5	4	19
4	4	5	5	5	19
5	5	5	5	5	20
6	4	5	5	5	19
7	5	4	4	5	18
8	5	5	3	5	18
9	5	5	4	4	18
10	5	5	5	5	20
11	5	5	4	5	19
12	5	5	5	4	19
13	5	4	5	3	17
14	4	4	4	5	17

15	5	5	4	4	18
16	5	5	5	5	20
17	4	4	4	5	17
18	5	5	4	5	19
19	5	5	4	4	18
20	5	4	5	5	19
21	5	5	4	5	19
22	5	4	3	4	16
23	5	4	5	3	17
24	4	5	4	3	16
25	3	5	5	4	17
26	5	3	4	4	16
27	4	5	4	3	16
28	5	4	3	5	17
29	4	5	5	4	18
30	5	4	3	4	16
31	4	4	4	5	17
32	4	5	4	5	18
33	5	4	5	4	18
34	4	3	4	4	15
35	4	4	4	5	17
36	4	4	3	4	15
37	4	5	4	3	16
38	5	4	4	3	16
39	4	3	5	4	16
40	4	4	4	5	17
41	4	3	4	5	16
42	4	4	3	4	15
43	5	4	3	4	16
44	4	4	4	4	16
45	4	5	4	3	16
46	5	4	4	4	17
47	4	4	5	4	17
48	3	4	4	5	16
49	5	4	3	4	16
50	4	4	4	4	16
51	4	4	5	4	17
52	4	5	4	4	17
53	4	4	3	5	16
54	4	3	5	4	16
55	3	4	4	4	15

56	5	4	4	3	16
57	4	4	3	4	15
58	4	4	5	4	17
59	4	3	4	5	16
60	4	5	5	4	18
61	4	5	4	3	16
62	4	4	3	4	15
63	5	4	4	4	17
64	3	5	4	4	16
65	4	4	3	4	15
66	4	4	4	3	15
67	4	3	4	5	16
68	4	5	4	4	17
69	4	4	5	4	17
70	5	3	4	4	16
71	4	4	4	4	16
72	4	4	3	5	16
73	4	4	4	4	16
74	4	4	4	3	15
75	3	3	4	4	14
76	3	3	4	3	13
77	4	3	3	4	14
78	3	4	3	4	14
79	4	3	4	3	14
80	3	3	3	3	12
81	3	3	3	2	11
82	2	3	3	3	11
83	3	2	3	2	10

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEBERHASILAN USAHA BAJU BEKAS IMPOR MENGGUNAKAN
MEDIA SOSIAL PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA MEDAN**

No Responden	Keberhasilan Usaha (Y)				Total
	P1	P2	P3	P4	
1	5	5	5	5	20
2	5	5	5	5	20
3	5	5	5	5	20
4	5	5	4	5	19
5	5	5	5	5	20

6	5	5	5	4	19
7	4	5	5	5	19
8	5	4	5	5	19
9	5	5	4	5	19
10	5	5	5	5	20
11	5	5	5	4	19
12	4	5	5	5	19
13	5	4	5	5	19
14	5	5	5	4	19
15	4	5	5	5	19
16	5	5	4	5	19
17	5	4	5	4	18
18	4	5	5	5	19
19	5	5	4	4	18
20	5	4	5	5	19
21	4	5	4	5	18
22	5	4	5	4	18
23	4	5	4	5	18
24	5	4	5	4	18
25	5	5	4	5	19
26	5	5	5	4	19
27	4	5	5	5	19
28	5	4	4	5	18
29	4	4	5	4	17
30	5	5	4	4	18
31	5	4	4	5	18
32	4	5	5	4	18
33	4	5	4	5	18
34	5	4	5	4	18
35	4	5	4	5	18
36	5	4	5	4	18
37	5	5	4	5	19
38	4	4	5	5	18
39	5	5	5	4	19
40	4	4	5	5	18
41	5	5	4	4	18
42	5	4	5	4	18
43	4	5	4	5	18
44	5	4	5	4	18
45	4	5	4	4	17
46	4	4	4	4	16

47	5	4	5	4	18
48	4	5	4	3	16
49	3	4	3	4	14
50	5	4	4	3	16
51	4	5	3	4	16
52	5	4	4	4	17
53	3	5	4	4	16
54	4	3	3	4	14
55	4	4	4	3	15
56	4	3	4	4	15
57	3	4	4	4	15
58	4	4	3	4	15
59	4	4	4	3	15
60	5	3	4	4	16
61	4	4	4	4	16
62	4	4	3	4	15
63	3	4	3	5	15
64	4	4	4	4	16
65	4	3	4	4	15
66	4	4	3	4	15
67	4	4	3	4	15
68	4	3	4	3	14
69	3	3	4	5	15
70	4	4	3	4	15
71	4	4	4	3	15
72	3	3	4	4	14
73	4	3	3	4	14
74	3	4	4	3	14
75	2	3	4	4	13
76	4	4	3	3	14
77	3	3	4	4	14
78	4	3	3	4	14
79	3	4	4	3	14
80	4	3	3	3	13
81	3	3	3	2	11
82	3	3	3	3	12
83	2	3	3	3	11



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 798 Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas : ekonomi@uma.ac.id

Nomor 1695 /FEB/ A/02.2/ B / V / 2022
Lamp
Perihal Izin Research / Survey

10 Mei 2022

Kepada Yth,
Dinas Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah Kota Medan

Dengan hormat,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara/saudari, Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :

N a m a HANIF LAKAFATHAN
N P M 188320118
Program Studi Manajemen
Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Baju Bekas Impor Menggunakan Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid - 19 Di Kota Medan

Untuk diberi izin mengambil data pada perusahaan yang sedang Bapak / Ibu Pimpin selama satu bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bidang
Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni

'SE, M.Si

Tembusan :

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Pertiinggal



PEMERINTAH KOTA MEDAN

DINAS KOPERASI USAHA KECIL DAN MENENGAH

Jl. Jend. Gatot Subroto KM. 7.7 Telp. 061 - 8446005 Fax. 061- 8446005

Email : diskopu mkm(aipemkomeda.n.go.id Website : www.diskopu mkm.pem komeda n.go.id

Medan - 20126

SURAT KETERANGAN

Nomor : 070 / d749

Sehubungan dengan Surat Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan Nomor 070/3041/Balitbang/2022 Tanggal 25 November 2022, Perihal Surat Rekomendasi Riset, Berkenaan dengan hal tersebut diberitahukan bahwa :

Nama Hanif Lakafathan
NIM 188320118
Prodi Manajemen
Penanggungjawab : Wakil Dekan Bidang Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

Telah selesai melaksanakan Riset pada Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Medan dari tanggal 25 November s/d 13 Desember 2022.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 14 Desember 2022

KEPADA DINAS KOPERASI UKM
KOTA MEDAN,



BENNY ISKANDAR NASUTION, AP, M.AP
PEMBINA TK.I

NIP. 19761012 199603 1002