

PENGARUH MENTAL, KREATIVITAS DAN MEDIA PROMOSI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA TENUN SONGKET UD PONI'S WEAVING CENTER JINENGDALEM

Gusti Made Arya Guna¹, Ni Luh Sri Kasih²

^{1,2} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja, Bali, Indonesia

*Corresponding author: [gustimadearya@gmail](mailto:gustimadearya@gmail.com)

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui Pengaruh Mental, Kreativitas Dan Media Promosi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Tenun Songket UD Poni's Weaving Center Jinengdalem. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan Teknik pengumpulan data kuesioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 34 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil Penelitian Menunjukkan bahwa Variabel Mental Kewirausahaan, Kreativitas dan Media Promosi berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha di UD Poni's Weaving Center Jinengdalem yang didukung dengan hasil pengujian hipotesis dengan uji T-Test didapatkan bahwa $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ sehingga hipotesis diterima.

Kata Kunci: mental kewirausahaan; kreativitas; media promosi; keberhasilan usaha

Abstract: This study aims to determine the Influence of Mental, Creativity and Entrepreneurship Promotion Media on the Success of UD Poni's Weaving Center Jinengdalem Songket Weaving Business. This study uses a quantitative approach with questionnaire data collection techniques. The number of samples in this study were 34 respondents. The analytical technique used in this study uses multiple linear regression analysis with the help of the SPSS program. The results showed that the Entrepreneurial Mental Variables, Creativity and Promotional Media had an effect on Business Success at UD Poni's Weaving Center Jinengdalem which was supported by the results of hypothesis testing with the T-Test test, it was found that $t\text{-count} > t\text{-table}$ so that the hypothesis was accepted.

Keywords: *Entrepreneurial mental; creativity; media promotion; business success*

PENDAHULUAN

Era dari globalisasi dalam dunia bisnis ditandai dengan semakin banyaknya produk dan jasa yang dijual di pasar. Perubahan besar ini ditandai dengan pola pikir masyarakat yang berkembang, kemajuan teknologi, dan gaya hidup yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Berkembangnya teknologi saat ini memberikan dampak pada munculnya berbagai platform digital memberikan pemasaran yang luas bagi produk dan jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing produk dan jasa tersebut. Hal ini membuat konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan dalam menggunakan produk barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen. "Kebutuhan dan keinginan konsumen bersifat dinamis dan selalu berubah-ubah. Melihat kondisi tersebut menyebabkan banyak pengusaha semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi target volume penjualan" (Daulay, 2013).

“Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi bisnis agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya” (Kotler & Armstrong, 2016). Para pelaku usaha dituntut untuk mampu bersaing dan mengikuti setiap gerak perubahannya sehingga mengarahkan pelaku usaha dalam terciptanya suatu keberhasilan bagi usahanya. Pada era perdagangan global dan pasar bebas seperti belakangan ini tidak hanya perusahaan dengan skala besar atau menengah yang memiliki peranan, namun terlebih lagi usaha dengan skala kecil seperti Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM yang telah banyak mengalami kemajuan.

Usaha Mikro Kecil Menengah yang terus mengalami perkembangan ditandai dengan semakin banyaknya UMKM yang bermunculan dengan menawarkan produk yang beraneka ragam dan inovatif. Dengan kondisi seperti itu, maka bukan hal yang tidak mungkin bahwa UMKM menjadi prioritas utama untuk memenuhi kebutuhan pasar mengenai produk - produk baru yang belum bisa dihasilkan oleh perusahaan berskala menengah maupun berskala besar. Bagi satuan Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM tidak hanya kondisi perusahaan saja yang menjadikan satuan UMKM terus mengalami perkembangan, namun terlebih lagi pemilik sebuah unit usaha menjadi kunci utama bagi keberhasilan sebuah unit usaha didalam industri yang makin bersaing. Diperlukan ide - ide baru dari pemilik sebuah unit usaha agar usahanya terus bias bersaing, terlebih lagi untuk usaha berskala kecil dengan tingkat persaingan yang tinggi seperti halnya UMKM.

Setiap Usaha tentu memiliki tujuan untuk berhasil, menurut (Noor, 2017) mengungkapkan bahwa, “keberhasilan usaha pada hakikatnya merupakan keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya”. Keberhasilan usaha merupakan utama dari sebuah perusahaan dimana segala aktivitas yang ada didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. Banyak faktor yang bisa mempengaruhi keberhasilan usaha diantaranya adalah mental kewirausahaan dan kreativitas. Menurut (Saiman, 2017) Wirausahawan (entrepreneur) dalam menjalankan suatu usaha di butuhkan mental kewirausahaan yang dapat mengelola bisnis dengan baik hingga mendapat laba yang besar, maka dari itu dibutuhkan kreativitas didalam suatu usaha atau bisnis agar dapat bersaing di bidang usahanya menuju keberhasilan usaha, sedangkan kreativitas menjadi proses mental yang melibatkan pemunculan gagasan atau konsep baru, atau hubungan baru antara gagasan dan konsep yang sudah ada, dalam arti kata lain kreativitas ini memunculkan ide-ide yang baru untuk kemajuan usaha atau bisnis yang sedang berjalan.

Menurut (Madjid, 2015) menyatakan bahwa mental kewirausahaan merupakan etos yang mengarah adanya keyakinan yang kuat akan harga atau nilai sesuatu yang menjadi bidang kegiatan usaha atau bisnis, sehingga dengan mental berwirausaha akan mengarahkan seseorang untuk mampu berhasil dalam mengelola usahanya. Kemudian (Ali & Faizin, 2015) memberikan pendapat bahwa kreatifitas menjadi salah satu unsur pokok yang wajib dimiliki seorang wirausaha, dimana kreativitas merupakan suatu bentuk pengembangan ide,

gagasan yang akan melahirkan unsur-unsur baru yang sifatnya memberikan suatu hal yang baru baik berupa karya maupun gagasan untuk menuju keberhasilan dalam usahanya.

Selain mental dan kreativitas kewirausahaan, media promosi juga berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Menurut (Lupiyoadi, 2015) "Faktor-faktor yang mempengaruhi proses keberhasilan usaha adalah bauran pemasaran itu sendiri". (Marknesis, 2009) menyatakan "Alat-alat promosi memiliki efektivitas biaya yang berbeda pada masing-masing tahap kesiapan pembeli. Periklanan dan publisitas berperan paling penting dalam tahap pembentukan awareness. Tahap pemahaman sangat dipengaruhi oleh periklanan media promosi sebelum konsumen melakukan keputusan pembelian, dan tahap keyakinan dipengaruhi oleh personal selling. Tahap pemesanan dipengaruhi oleh personal selling dan promosi penjualan"

Pada situasi saat ini mental kewirausahaan, kreativitas dan Media promosi memiliki peran yang sangat penting mengingat adanya Wabah Pandemi Covid-19 yang melanda tahun terakhir ini memberikan dampak yang serius terhadap suatu usaha dan memberikan tekanan secara psikologis bagi seorang entrepreneur. Oleh karena itu, seorang wirausaha dituntut untuk memiliki mental kewirausahaan yang tangguh dan berusaha menumbuhkan kreativitas dalam menghadapi situasi saat ini. Usaha tenun menjadi salah satu usaha yang terdampak Pandemi Covid-19, hal ini dikarenakan menurunnya penjualan tenun yang diakibatkan menurunnya permintaan hasil tenun, padahal sebagian besar masyarakat di Desa Jinengdalem sangat mengandalkan sektor Usaha Tenun sebagai sumber penghasilan. Akibatnya, banyak pengarejani tenun yang tertekan dan beralih ke usaha yang lain yang lebih menjanjikan. Hal ini tentu berdampak pada keberhasilan usaha tenun khususnya yang dikelola oleh UD Poni's Weaving Center Jinengdalem.

Faktor lain yang bisa mempengaruhi keberhasilan usaha adalah kreativitas kewirausahaan, dimana kreativitas dalam menciptakan produk sangatlah penting. Kreativitas merupakan memikirkan sesuatu, kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relative berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya, sehingga dengan adanya kreativitas maka diharapkan hasil tenun yang dihasilkan oleh UD Weaving Center Jinengdalem berbeda dengan hasil tenun yang lain dengan keunikan tenun khas yang hanya dimiliki oleh Buleleng saja, disamping itu dengan kreativitas yang tinggi hasil tenun akan memiliki kualitas yang baik sehingga dapat diterima di pasar. Namun permasalahan yang muncul adalah tenun yang dihasilkan sangat monoton dan belum berkembang. Hal ini tentu akan berdampak pada keberhasilan usaha UD Weaving Center Jinengdalem sendiri.

Untuk meningkatkan keberhasilan usaha maka media promosi juga memiliki peran yang sangat penting dimana media promosi dapat digunakan untuk memperkenalkan produk tenun khas jinengdalem sekaligus melakukan penjualan. Apabila penjualan meningkat maka menjadi satu langkah dalam menuju keberhasilan usaha. Media promosi tidak saja bisa dilakukan secara

luring (offline) tetapi juga bisa dilakukan secara daring (online) dengan memanfaatkan ecomerce yang sudah ada. Kenyataanya bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh UD Weaving Center Jinengdalem belum optimal sehingga hasil tenun khas Jinengdalam belum begitu dikenal secara nasional maupun mancanegara.

Berdasarkan observasi awal diketahui bahwa sebelum adanya Pandemi Covid-19 Penjualan Tenun pada UD Poni's Weaving Center Jinengdalem masih mengalami peningkatan penjualan, namun sejak adanya Pandemi Covid-19 penjualan Tenun Songket pada UD Poni's Weaving Center Jinengdalem terus mengalami penurunan, hal ini bisa dilihat dari penjualan tenun songket pada Tahun 2020 turun -61,71% dari Tahun sebelumnya. Penurunan penjualan tersebut tentu akan berdampak pada sumber penghasilan pada masyarakat di desa Jinengdalam sendiri dan jauh dari kata berhasil. Keberhasilan usaha tenun songket akan dipengaruhi oleh Mental, Kreativitas Kewirausahaan dan media promosi dari pengerajin tenun itu sendiri, apabila mental pengusaha tidak kuat maka usaha tenun akan tidak diteruskan dan lebih memilih untuk bekerja pada orang lain, selain itu kreativitas sangat diperlukan pada saat ini sehingga diharapkan dapat menghasilkan hasil tenun yang unik. Media promosi juga memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha sehingga tenun songket kas Jinengdalem akan semakin dikenal. Oleh karena itu tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh mental kewirausahaan, kreativitas dan media promosi terhadap Keberhasilan Usaha Tenun Songket UD Poni's Weaving Center Jinengdalem.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dua manfaat sekaligus baik secara teoritis maupun aplikatif dimana secara Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan kewirausahaan sekaligus memperkuat hubungan antara mental kewirausahaan dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha., sedangkan secara aplikatif diharapkan dapat memperluas cakrawala dan pengetahuan mahasiswa dengan membandingkan teori yang didapat di bangku kuliah dengan dunia kerja serta dapat bermanfaat bagi wirausaha dalam mengambil strategi yang tepat dalam rangka menuju keberhasilan usaha melalui penguatan mental, kreativitas kewirausahaan serta melalui media promosi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausal atau sebab akibat. Penelitian ini dilaksanakan di UD Poni's Weaving Center yang beralamat di Desa Jinengdalem dengan populasi penelitian adalah Populasi dalam penelitian ini adalah pengerajin tenun yang bekerja sama dengan UD Poni's Weaving Center sebanyak 34 dimana penelitian ini merupakan penelitian penelitian sensus dengan sampling jenuh karena menggunakan seluruh populasi menjadi sampel penelitian.

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan data kuantitatif dan kualitatif sedangkan sumber data menggunakan data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan

dokumentasi dan kuesioner dengan instrument penelitian dan pengujian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis pada penelitian ini dianalisis dengan analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, analisis determinasi, analisis uji F-Test dan T-Test.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Uji Validitas Dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil penyebaran kuisisioner kepada responden di RSUD Kabupaten Buleleng terkait dengan variabel yang diteliti dengan penyebaran kuisisioner sebanyak 34 responden, maka setelah dilakukan tabulasi data penelitian diketahui bahwa kuisisioner yang layak digunakan adalah sebanyak 33 Kuisisioner, hal ini disebabkan karena sebanyak 1 Kuisisioner tidak layak untuk dipakai karena jawaban yang diberikan responden tidak lengkap atau salah satu daftar pertanyaan yang tertera pada kuisisioner tidak dijawab oleh responden sehingga kuisisioner yang layak pakai adalah sebesar 33 Kuisisioner.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Instrumen Variabel	<i>Corrected Total Correlation</i>	<i>Item-R</i> (N33-2=0,355)	Keterangan
Mental			
Kewirausahaan	0.584	0,355	Valid
X _{1.1}	0.416	0,355	Valid
X _{1.2}	0.646	0,355	Valid
X _{1.3}	0.585	0,355	Valid
X _{1.4}	0.677	0,355	Valid
X _{1.5}			
Kreativitas			
X _{2.1}	0.516	0,355	Valid
X _{2.2}	0.629	0,355	Valid
X _{2.3}	0.409	0,355	Valid
Media Promosi			
X _{3.1}	0.505	0,355	Valid
X _{3.2}	0.528	0,355	Valid
X _{3.3}	0.573	0,355	Valid
X _{3.4}	0.369	0,355	Valid
Keberhasilan Usaha			
Y _{1.1}	0.834	0,355	Valid
Y _{1.2}	0.468	0,355	Valid
Y _{1.3}	0.398	0,355	Valid
Y _{1.4}	0.539	0,355	Valid
Y _{1.5}	0.757	0,355	Valid

Sumber: Hasil Analisis Statistik (data diolah)

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan kriteria koefisien korelasi antara nilai indikator dengan total nilai indikator lebih besar dari 0,355 (nilai $df = n - 2 / 33 - 2 = 31$) sebagai syarat valid karena sampel yang dipakai untuk menguji validitas adalah 31 responden. Berdasarkan angka Corrected Item-Total Correlation menunjukkan nilai lebih besar dari 0,355 sehingga dapat dikatakan instrumen pembentuk variabel valid digunakan.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Syarat Reliabel	Kesimpulan
Mental Kewirausahaan	0.797	0,60	Reliable
Kreativitas	0.696	0,60	Reliable
Media Promosi	0.694	0,60	Reliable
Keberhasilan Usaha	0.808	0,60	Reliable

Sumber: Hasil Analisis Statistik (data diolah)

Berdasarkan hasil Pengujian reliabilitas dengan menggunakan kriteria Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 sebagai syarat reliabel menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha mempunyai koefisien lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen-instrumen pembentuk variabel adalah reliabel atau dalam hal ini kuesioner yang digunakan sudah handal dan dapat memberikan hasil ukur yang konsisten sebagai alat ukur variabel.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi dengan menggunakan program SPSS versi 21.0 For Windows terkait dengan variabel yang diteliti yaitu Pengaruh Mental Kewirausahaan, Kreativitas Dan Media Promosi Terhadap Keberhasilan Usaha Tenun Songket UD Poni's Weaving Center Jinengdalem dapat disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 3
Hasil Analisis Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	3,519	1,063	
X1	,464	,099	0,544
X2	,328	,159	0,248
X3	,254	,121	0,214

Sumber: Hasil Analisis Statistik (data diolah)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada penelitian ini ditentukan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut.

$$Y = 3,519 + 0,464 (X1) + 0,328 (X2) + 0,254 (X3) + 0,082 (e)$$

$$Y = 3,519 + 0,464 (\text{Mental Kewirausahaan}) + 0,328 (\text{Kreativitas}) + 0,254 (\text{Media Promosi}) + 0,082 (e)$$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut diatas, dapat diketahui bahwa nilai konstan untuk Keberhasilan Usaha adalah sebesar 3,519, koefisien regresi dari variabel Mental Kewirausahaan sebesar 0,464 dan bertanda positif, koefisien regresi dari variabel Kreativitas sebesar 0,328 dan bertanda positif, koefisien regresi dari variabel Media Promosi sebesar 0,254 dan bertanda positif yang apabila keseluruhan nilai koefisien variabel bebas yang terdiri dari Mental Kewirausahaan, Kreativitas dan Media Promosi ditingkatkan, maka akan menyebabkan meningkatnya Keberhasilan Usaha sebesar nilai koefisien regresi masing-masing variabel. Namun apabila Mental Kewirausahaan, Kreativitas dan Media Promosi bersifat konstan atau tetap maka Keberhasilan Usaha juga tidak mengalami peningkatan atau pengurangan (konstan/tetap) yaitu sebesar 3,519 sedangkan sebesar 0,082 dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji salah satu asumsi dasar analisis regresi berganda, yaitu variabel-variabel independen dan dependen harus berdistribusi normal atau mendekati normal. Metode pengujian normal tidaknya distribusi data dilakukan dengan melihat nilai signifikansi variabel, jika Asymp Sig. (2-tailed) lebih besar dari 5%, maka menunjukkan distribusi data normal. Hasil uji normalitas data dapat ditunjukkan sebagai berikut.

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas Data (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test)

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		33
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	0,94645787
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,150
	<i>Positive</i>	0,150
	<i>Negative</i>	-0,077
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		0,150
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,057c

Sumber: Hasil Analisis Statistik (data diolah)

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan bahwa nilai Asymp Sig. (2-Tailed) memiliki nilai sebesar 0,057 dimana nilai ini lebih besar dari 5% (0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa data kuesioner yang digunakan sudah berdistribusi normal.

4. Uji Multikolonieritas

Hasil pengujian Multikolonieritas dapat ditampilkan sebagai berikut

Tabel 5
Hasil Uji Multikolonieritas

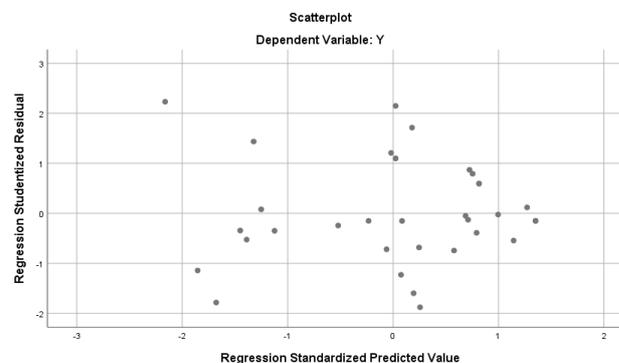
Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
1 X1	0,210	4,751	Non Multikolinieritas
X2	0,197	5,083	Non Multikolinieritas
X3	0,276	3,626	Non Multikolinieritas

Sumber: Hasil Analisis Statistik (data diolah)

Hasil pengujian multikolinieritas menunjukkan bahwa nilai tolerance berada di atas nilai 0,10 dan nilai VIF di bawah 10. Hal ini menunjukkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat multikolonieritas.

5. Uji Heterokedastisitas

Pengujian Heteroskedastisitas dilakukan dalam sebuah model regresi dengan menggunakan grafik scatterplot dengan tujuan bahwa apakah suatu regresi tersebut terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain dimana hasilnya dapat ditampilkan pada gambar berikut.



Gambar 1

Grafik Scatterplot

Sumber: Hasil Analisis Statistik (data diolah)

Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas tampak bahwa titik-titik pada grafik scatterplot tersebar secara merata dan tidak membentuk suatu pola sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

6. Uji Kelayakan Model (Goodness Of Fit)

a. Analisis Determinasi

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase besarnya pengaruh variabel yang diteliti, yaitu variabel bebas dengan variabel terikat yang akan ditampilkan pada tabel berikut ini.

Tabel 6
Hasil Analisis Determinasi

Model	R Square ($r^2 \times 100\%$)	Standarized Coefficient Beta	Correlation Zero -Order	Determinasi
A	B	C	D	$E = (C \times D) \times 100\%$
pYX1 X2 X3	91,8	-	-	-
pYX1	-	0,544	0,936	50,9
pYX2	-	0,248	0,901	22,4
pYX3	-	0,214	0,864	18,5

Sumber: Hasil Analisis Statistik (data diolah)

Besarnya nilai koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai R square yaitu sebesar 91,8%. Ini berarti bahwa Mental Kewirausahaan (X1), Kreativitas (X2) dan Media Promosi (X3) secara bersama-sama mempengaruhi Keberhasilan Usaha (Y) UD Poni's Weaving Center Jinengdalem sebesar 91,8% dan sisanya sebesar $100\% - 91,8\% = 8,2\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Besarnya nilai koefisien determinasi pengaruh Mental Kewirausahaan (X1) terhadap Keberhasilan Usaha (Y) secara parsial sebesar 50,9%. Ini berarti bahwa Mental Kewirausahaan (X1) mempengaruhi Keberhasilan Usaha (Y) sebesar 50,9%. Besarnya nilai koefisien determinasi pengaruh Kreativitas (X2) terhadap Keberhasilan Usaha (Y) secara parsial sebesar 22,4%. Ini berarti bahwa Kreativitas (X2) mempengaruhi Keberhasilan Usaha (Y) sebesar 22,4%. Besarnya nilai koefisien determinasi pengaruh Media Promosi (X3) terhadap Keberhasilan Usaha (Y) secara parsial sebesar 18,5%. Ini berarti bahwa Media Promosi (X3) mempengaruhi Keberhasilan Usaha (Y) sebesar 18,5%.

b. Analisis Uji F-Test

Analisis Uji F digunakan dengan tujuan untuk menguji pengaruh variabel Independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan F-Test dapat ditampilkan sebagai berikut.

Tabel 7
Hasil Uji F-Test

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	318,850	3	106,283	107,525	,000b
	Residual	28,665	29	,988		
	Total	347,515	32			

Sumber: Hasil Analisis Statistik (data diolah)

Berdasarkan hasil pengujian F-Test di atas maka apabila dibandingkan diperoleh nilai F hitung > nilai F tabel, ($107,525 > 2,93$) dengan tingkat signifikan F-Hitung sebesar 0,000 yang kurang dari 5% sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel bebas Mental Kewirausahaan (X1), Kreativitas (X2) dan Media Promosi (X3) secara bersama-sama terhadap Keberhasilan Usaha (Y) di UD Poni's Weaving Center Jinengdalem.

c. Pengujian Hipotesis Analisis Uji T-Test

Untuk menguji hipotesis, maka akan dilakukan pengujian dengan menggunakan uji-t (t-test). Berdasarkan hasil analisis, berikut ini dapat ditampilkan hasil pengujianya :

Tabel 8
Hasil Uji T

Model	T	Sig.	
1	(Constant)	3,309	0,003
	X1	4,680	0,000
	X2	2,066	0,048
	X3	2,105	0,044

Sumber: Hasil Analisis Statistik (data diolah)

Berdasarkan hasil pengujian T-Test yang mengacu pada hasil tabel diatas, diketahui bahwa nilai t-hitung > t-tabel ($4,680 > 1,697$) dengan nilai probability ($\alpha = 5\%$) =0,000 di bawah 0,05. Artinya hipotesis yang menyatakan "Semakin tinggi mental kewirausahaan maka semakin meningkat keberhasilan usaha tenun songket pada UD Poni's Weaving Center Jinengdalem" positif dan signifikan (diterima), selanjutnya nilai t-hitung > t-tabel ($2,066 > 1,697$) dengan nilai probability ($\alpha = 5\%$) =0,048 di bawah 0,05. Artinya hipotesis yang menyatakan "Semakin baik kreativitas usaha maka semakin meningkat keberhasilan usaha tenun songket pada UD Poni's Weaving Center Jinengdalem" positif dan signifikan (diterima), dan terakhir nilai t-hitung > t-tabel ($2,105 > 1,697$) dengan nilai probability ($\alpha = 5\%$) =0,044 di bawah 0,05. Artinya hipotesis yang menyatakan "Semakin tepat media promosi maka semakin meningkat keberhasilan

usaha tenun songket pada UD Poni's Weaving Center Jinengdalem" positif dan signifikan (diterima).

B. Pembahasan

1) Pengaruh Mental Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Mental Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Di UD Poni's Weaving Center Jinengdalem sebesar 0,464 satuan atau sebesar 50,9% dengan hasil pengujian hipotesis dengan uji T-Test didapatkan bahwa $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($4,680 > 1,697$) sehingga hipotesis diterima yakni "Semakin tinggi mental kewirausahaan maka semakin meningkat keberhasilan usaha tenun songket pada UD Poni's Weaving Center Jinengdalem".

Merujuk pada hasil tersebut menunjukkan bahwa seorang wirausaha yang memiliki sifat mental berupa keyakinan, ketidak tergantungan, individualisme, kebutuhan akan prestasi, berorientasi laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras mempunyai dorongan kuat, enerjik dan inisiatif, kemampuan mengambil resiko, suka pada tantangan, bertingkah laku sebagai pemimpin, dapat bergaul dengan orang lain, menanggapi saran-saran dan kritik, inovatif dan kreatif, fleksibel, mempunyai banyak sumber serba bisa dan pandangan ke depan akan mengarah pada keberhasilan pada usahanya. Dengan adanya mental kewirausahaan yang Tangguh maka diharapkan UD Weaving Center Jinengdalem bisa bertahan dalam kondisi apapun termasuk dengan adanya pandemi Covid-19 sehingga apabila keadaan ekonomi membaik maka akan juga berdampak pada Keberhasilan Usaha tenun itu sendiri.

Hasil ini sejalan penelitian yang dilakukan oleh (Guna & Kasih, 2021) yang diperoleh bahwa Mental Kewirausahaan Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha dimana sebagai seorang wirausahaan harus mempunyai sifat mental kewirausahaan, yaitu keyakinan, ketidak tergantungan, individualisme, kebutuhan akan prestasi, berorientasi laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras mempunyai dorongan kuat, enerjik dan inisiatif, kemampuan mengambil resiko, dan suka tantangan. Menurut (Suryana, 2016) keberhasilan usaha atau kegagalan wirausaha sangat dipengaruhi oleh sifat dan kepribadianya, pendapat lain yang juga disampaikan oleh (Soegoto, 2014) bahwa dengan mental wirausaha akan menjadikan seseorang memiliki jiwa kreatif dan inovatif yang mampu mendirikan, membangun, mengembangkan, memajukan, dan menjadikan perusahaannya unggul.

2) Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Di UD Poni's Weaving Center Jinengdalem sebesar 0,328 satuan atau sebesar 22,4% dengan hasil pengujian hipotesis dengan uji T-Test didapatkan

bahwa $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($2,066 > 1,697$) sehingga hipotesis diterima yakni “Semakin baik kreativitas usaha maka semakin meningkat keberhasilan usaha tenun songket pada UD Poni’s Weaving Center Jinengdalem”.

Merujuk pada hasil tersebut menunjukkan bahwa seorang wirausaha diharapkan terus mengembangkan ide-ide kreatif atau kreativitas yang dimiliki dan menungknanya dalam bentuk produk yang berkualitas, seperti halnya hasil tenun sehingga hasil tenun UD Poni’s Weaving Center memiliki kekhasan tersendiri dan bersifat unik yang tidak bisa ditandingi oleh usaha yang lain. Hal inilah yang akan membedakan produk UD Poni’s Weaving Center dengan hasil tenun yang lain yang akan memberikan dampak pada tingginya permintaan produk dan akan mengarah pada keberhasilan usahanya.

Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Lestari, 2013) juga memperoleh hasil bahwa kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha, dimana dengan adanya kreativitas maka seseorang akan mampu menciptakan ide-ide baru yang dikombinasikan dengan gagasan dan ilmu pengetahuan yang dibuat sedemikian rupa sehingga menghasilkan produk, jasa, atau cara pengolahan yang baru yang mempunyai nilai kemanfaatan sosial / ekonomi. (Buchari, 2018) juga menyatakan bahwa kreativitas memiliki peran yang sangat penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif, dan kelangsungan hidup suatu bisnis, dimana dengan kreativitas akan meningkatkan kemampuan untuk mengembangkan ide baru dan menemukan cara baru dalam melihat peluang ataupun problem yang dihadapi.

3) Pengaruh Media Promosi Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil penelitian bahwa Media Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha di UD Poni’s Weaving Center Jinengdalem sebesar 0,254 satuan atau sebesar 18,5% dengan hasil pengujian hipotesis dengan uji T-Test didapatkan bahwa $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($2,105 > 1,697$) sehingga hipotesis diterima yakni “Semakin tepat media promosi maka semakin meningkat keberhasilan usaha tenun songket pada UD Poni’s Weaving Center Jinengdalem”.

Merujuk pada hasil tersebut menunjukkan bahwa Media promosi merupakan suatu sarana atau alat yang bersifat menyalurkan pesan dan dapat merangsang pikiran, perasaan dan kemauan konsumen sehingga dapat mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu pembelian. Keberhasilan usaha UD Poni’s Weaving Center Jinengdalem diharapkan dapat dicapai dengan media promosi yang aktif dimana promosi dapat merubah sikap dan tingkat laku pembeli yang sebelumnya tidak mengenal dan ketika konsumen memiliki daya beli maka dengan adanya kesadaran dan mengenal sebuah produk maka calon konsumen akan mengingat produk tersebut. Salah satu media promosi yang saat ini sedang marak digunakan adalah media sosial. Pengusaha dapat memasarkan produk

yang dihasilkan melalui media sosial yang terdapat pada smartphone mereka.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Arifudin, 2016) menunjukkan bahwa media promosi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha, (Nurazizaj, Sucipto, & Kurniawan, 2019) juga memperoleh hasil bahwa media promosi berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha yang pada penelitiannya disebutkan bahwa Media promosi digunakan sebagai sarana atau alat komunikasi dan penyampaian pesan yang dilakukan wirausaha, dengan tujuan memberikan informasi mengenai produk, harga dan tempat usaha yang dijalankan. Tentunya dengan desain promosi yang menarik agar penyampaian dan isi yang diberikan serta pemberian hadiah (diskon) dapat menarik konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan Hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dipaparkan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa (1) Variabel Mental Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha di UD Poni's Weaving Center Jinengdalem yang terbukti dari hasil pengujian hipotesis dengan uji T-Test didapatkan bahwa nilai t-hitung > t-tabel sehingga hipotesis diterima yaitu Semakin tinggi mental kewirausahaan maka semakin meningkat keberhasilan usaha tenun songket pada UD Poni's Weaving Center Jinengdalem. (2) Variabel Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Di UD Poni's Weaving Center Jinengdalem yang dibuktikan dengan pengujian hipotesis menggunakan uji T-Test bahwa nilai t-hitung > t-tabel sehingga hipotesis diterima yaitu Semakin baik kreativitas usaha maka semakin meningkat keberhasilan usaha tenun songket pada UD Poni's Weaving Center Jinengdalem. (3) Variabel Media Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha di UD Poni's Weaving Center Jinengdalem yang dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji T-Test bahwa nilai t-hitung > t-tabel yang berarti hipotesis diterima yaitu Semakin tepat media promosi maka semakin meningkat keberhasilan usaha tenun songket pada UD Poni's Weaving Center Jinengdalem

SARAN

Sesuai dengan kesimpulan hasil penelitian di atas, maka dapat diajukan saran-saran yaitu (1) Hendaknya UD Poni's Weaving Center Jinengdalem mengasah kemampuan karyawan UD Poni's Weaving Center sehingga memiliki mental yang kuat dalam menjalani aktivitas usaha menenun sehingga mampu menghasilkan produk yang berkualitas dan tidak pindah ke sektor usaha yang lain. (2) Hendaknya UD Poni's Weaving Center Jinengdalem mengasah kreativitas pengerajin di UD Poni's Weaving Center sehingga produk yang dihasilkan tidak monoton atau memiliki corak yang bervariasi yang memungkinkan konsumen untuk melakukan pemilihan terhadap produk tenun yang ada sehingga secara langsung akan memberikan dampak pada keberhasilan usaha UD Poni's Weaving Center dalam melakukan penjualan

produk-produknya. (3) Hendaknya UD Poni's Weaving Center Jinengdalem lebih intensif dalam melakukan kegiatan pemasaran tidak saja dilakukan secara luring tetapi juga secara daring baik melalui media social mauoun bekerja sama dengan perusahaan ecommerce sehingga memperluas pangsa pasar UD Poni's Weaving Center sendiri. (4) Bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian tentang keberhasilan usaha agar memperhatikan variabel lain yang bisa mempengaruhi keberhasilan usaha seperti inovasi produk, harga, packaging serta labeling produk serta pemilihan Teknik analisis data dalam pengembangan penelitian seperti menggunakan SEM PLS.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada seluruh narasumber yang telah membantu memberikan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu menyelesaikan tulisan ini.

REFERENSI

- Ali, H., & Faizin, H. (2015). *Teologi Entrepreneurship*. Lembaga Penelitian UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Andari Ressa. 2016. *Pengaruh Kompetensi Pengusaha Kompetensi Pengusaha*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Arifudin, P. M. (2016). *Pengaruh Kreativitas, Inovasi Dan Media Promosi Terhadap Keberhasilan Usaha Warung Kopi Free Wifi Di Kecamatan Wates*.
- A Shimp, Terence. 2015. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Ed.8, Alih Bahasa: Harya Bhima dkk, Salemba Empat, Jakarta
- Bhuono, Agung Nugroho. 2015. *Strategi jitu memilih metode statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Abdi.
- Buchari, A. (2018). *Kewirausahaan untuk mahasiswa dan umum*. Bandung: Alfabeta.
- Cindy, Ricardo Rosinerio. 2016. *Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Sentra Industri Keripik Pedas Setiamanah Cimahi*. Jurnal Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia
- Djunaedi. 2016. *Pengaruh Pengalaman, Pendidikan, Curahan Waktu Dan Mental Kreativitas Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Industri Kecil Krupuk Di Dusun Pojok Desa Bulusari Kediri*. Jurnal Ekuitas. Akreditasi

No.55a/DIKTI/Kep/2006. Vol.10 No.4 Desember 2006: 495 – 514. ISSN 1411-0393

Daulay, R. W. (2013). Efikasi Diri dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Foto Copy dan Alat Tulis Kantor di Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal. *Jurnal Media Informasi Manajemen*, 1(4).

Grewal, Dhruv and Levy, Michael. 2015. *Marketing, Fourth Edition*, The McGraw-Hill, New York.

Guna, G. M. A., & Kasih, N. L. S. (2021). Pengaruh Mental, Kreativitas Dan Media Promosi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Tenun Songket UD Poni's Weaving Center Jinengdalem. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 7(2), 186–201.

Harman Malau. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Alfabeta.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
Lestari, F. (2013). Pengaruh jiwa kewirausahaan dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada sentra industri rajutan Binong Jati Bandung. *Available at Elib. Unikom. Ac. Id*, 8, 14–27.

Lupiyoadi, R. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.

Madjid, N. (2015). *Indonesia Kita*. Jakarta: Univeritas Paramadina.

Marknesis, T. (2009). *Pemasaran: Strategi, Taktik & Kasus*. Yogyakarta: Marknesis.

Munandar. 2017. *Perencanaan Kerja. Pengkoordinasian Kerja*. Yogyakarta : Med Press.

Noor, F. H. (2017). *Ekonomi Manejerial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Nurazizaj, S., Sucipto, S., & Kurniawan, B. (2019). *Pengaruh Kreativitas, Inovasi, Dan Media Promosi Terhadap Keberhasilan Usaha Toko Rabbani Cabang Jambi*. UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Pramayoga, Putri Marietha Nicky. 2019. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Malang (Studi Kasus pada Industri Kreatif di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang*.

Ranto, Basuki. 2017. *Manajemen Usahawan Indonesia* No. 10/TH. XXXVI oktober, Bagian Publikasi Lembaga Managemant FE UI, Jakarta.

Saiman, L. (2017). *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.

Sihombing. 2000. *Pengertian Strategi*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.

Soegoto, E. S. (2014). *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung Edisi Revisi*. Elex Media Komputindo.

Sugiyono. 2017. *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan ke 21. Bandung : Alfabeta.

Sujarweni, Wiratna. 2016. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press

Supriyadi, D. 2015. *Kreativitas, Kebudayaan & Perkembangan IPTEK*. Bandung: Alfabeta

Suryana. (2016). *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.