

Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Karakteristik Individu terhadap Keberhasilan UMKM di Pasar Tradisional

The Influence of Entrepreneurial Behavior and Individual Characteristics on The Success of MSME Businesses at The Traditional Market

Arsandy Putera B & Indawati Lestari*

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area, Indonesia

Abstrak

Keberhasilan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tidak hanya ditentukan oleh profitabilitas tetapi juga oleh faktor lain seperti perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kedua faktor tersebut terhadap keberhasilan UMKM di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan regresi linier berganda, melibatkan 55 pedagang sebagai sampel. Data dikumpulkan melalui observasi, kuesioner, dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha dengan kontribusi sebesar 46,2%, sementara 53,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Karakteristik individu seperti keuletan, kreativitas, dan kemampuan beradaptasi terbukti meningkatkan daya saing UMKM. Oleh karena itu, pelaku UMKM disarankan untuk memperkuat aspek kewirausahaan dan karakteristik personal guna menghadapi persaingan pasar, khususnya dalam menghadapi digitalisasi dan perubahan perilaku konsumen.

Kata Kunci: Perilaku Kewirausahaan, Karakteristik Individu, Keberhasilan UMKM.

Abstract

The success of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) does not only depend on profitability but also on entrepreneurial behavior and individual characteristics owned by business actors. This study aims to analyze the influence of these two factors on the success of MSMEs in the Sei Sikambing Traditional Market in Medan. The research method used was quantitative with a multiple linear regression approach, involving 55 traders as a sample. Data was collected through observations, questionnaires, and interviews, then analyzed using SPSS. The results showed that entrepreneurial behavior and individual characteristics simultaneously had a positive and significant effect on business success, with a contribution of 46.2%, while 53.8% was influenced by other factors. Individual characteristics such as tenacity, creativity, and adaptability have been proven to increase the competitiveness of MSMEs. Therefore, MSME actors need to improve their entrepreneurial skills and optimize individual characteristics to face increasing competitive market competition, especially in the era of digitalization.

Keywords: Entrepreneurial behavior, individual characteristics, success of MSMEs

How to Cite: Putera, B.A., & Lestari, I., (2025), Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Karakteristik Individu terhadap Keberhasilan UMKM di Pasar Tradisional . Economics, Business and Management Science Journal, 5(2) 2025: 285-293,

*E-mail: indawatilestari@staff.uma.ac.id

ISSN 2775-3794 (Online)

PENDAHULUAN

Keberhasilan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tidak hanya ditentukan oleh kemampuan dalam menghasilkan keuntungan, tetapi juga oleh berbagai faktor lain yang berkontribusi terhadap keberlanjutan dan daya saing usaha. Peningkatan produktivitas, kemampuan bersaing, etika usaha, dan citra usaha merupakan dimensi lain yang turut menjadi indikator keberhasilan usaha. Sebagaimana dikemukakan oleh Farisi (2021), keberhasilan usaha menjadi tujuan utama setiap pelaku UMKM, di mana seluruh aktivitas bisnis diarahkan untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam konteks ini, perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu memiliki peran krusial dalam menentukan keberhasilan suatu usaha, karena kedua aspek tersebut berhubungan erat dengan kepribadian serta kompetensi pelaku usaha dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya (Desmaryani, 2018; Gunawan et al., 2021; Rangkuti et al., 2021).

Motivasi berwirausaha yang kuat akan memunculkan ketekunan, kegigihan, dan keuletan dalam menghadapi berbagai tantangan bisnis. Selain itu, keberanian dalam mengambil risiko juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan peluang keberhasilan usaha. Nursiah et al. (2015) menegaskan bahwa terdapat korelasi antara karakteristik kewirausahaan individu dengan pencapaian keberhasilan usaha, di mana semakin tinggi karakteristik kewirausahaan yang dimiliki, semakin besar peluang individu tersebut untuk mencapai kesuksesan dalam menjalankan usaha (Herawaty & Yustien, 2019).

Pemahaman yang mendalam terhadap karakteristik individu sangat diperlukan bagi pelaku UMKM agar dapat menyesuaikan diri dengan bidang usaha yang dijalankan (Hapsari, N. D., & Rahardjo, 2021; Munizu et al., 2023; Octiva et al., 2024). Pengenalan karakteristik individu yang selaras dengan usaha akan membantu dalam menentukan arah serta tujuan bisnis secara lebih efektif. Maramis et al. (2023) menyatakan bahwa karakteristik individu merupakan ciri khas yang melekat pada seseorang dan membedakannya dari individu lain dalam hal kemampuan mempertahankan serta meningkatkan kualitas kinerja. Dalam konteks kewirausahaan, karakteristik individu mencakup berbagai aspek seperti usia, kebutuhan, dan motivasi, yang semuanya berkontribusi terhadap keberhasilan usaha (H & Iffan, 2021).

Optimalisasi karakteristik individu dalam diri pelaku UMKM dapat menciptakan pribadi yang lebih percaya diri, tangguh, visioner, serta memiliki semangat tinggi dalam menjalankan usaha. Pradipta & Iffan (2021) membuktikan bahwa karakteristik individu memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Dengan pengelolaan potensi diri yang serius dan optimal, pelaku UMKM memiliki peluang lebih besar untuk menghadapi tantangan bisnis serta meningkatkan daya saing di pasar.

Dalam konteks UMKM sektor perdagangan pakaian di Pasar Sei Sikambing Medan, pemanfaatan karakteristik individu yang dimiliki oleh pedagang sangat penting dalam meningkatkan daya saing usaha mereka. Namun, fenomena yang ditemukan menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang masih memiliki kecenderungan emosional saat melakukan proses tawar-menawar dengan konsumen, yang sering kali berakhir pada kegagalan transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman terhadap karakteristik individu serta pengelolaan emosi dalam interaksi bisnis masih perlu ditingkatkan guna meningkatkan keberhasilan usaha.

Selain karakteristik individu, perilaku kewirausahaan juga menjadi faktor penentu dalam keberhasilan usaha. Perilaku kewirausahaan merupakan manifestasi dari pola pikir atau mindset individu dalam menjalankan usaha, yang memiliki korelasi erat dengan motivasi serta strategi bisnis yang diterapkan (Maramis et al., 2023). Perilaku ini terus berkembang melalui motivasi yang berkelanjutan, sehingga mampu mendukung pencapaian keberhasilan dalam berwirausaha.

Namun, dalam praktiknya, perilaku kewirausahaan di kalangan pedagang pakaian di Pasar Sei Sikambing Medan masih didominasi oleh metode pemasaran konvensional, dengan tingkat adopsi teknologi yang relatif rendah. Sebagian besar pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam beradaptasi dengan pemasaran berbasis digital, yang semakin mendominasi pasar modern. Keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi ini menjadi tantangan tersendiri yang dapat menghambat perkembangan usaha mereka.

Pertumbuhan UMKM di Kota Medan selama periode 2021 hingga 2023 menunjukkan tren positif, dengan tingkat pertumbuhan sebesar 21,61% dari 2021 ke 2022 dan 13,56% dari 2022 ke 2023. Pemerintah Indonesia telah berupaya untuk mendukung pertumbuhan sektor ini melalui Undang-Undang Cipta Kerja Tahun 2020, yang mengatur kemudahan, perlindungan, serta pemberdayaan UMKM. Salah satu kebijakan yang diambil adalah larangan impor pakaian bekas, yang bertujuan untuk melindungi pelaku usaha dalam negeri Grehenson (2023). Namun, di sisi lain, kebijakan ini diimbangi dengan izin bagi pelaku usaha berbasis e-commerce untuk beroperasi di Indonesia, sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023. Hal ini berdampak pada menurunnya jumlah konsumen di pasar tradisional, termasuk pedagang pakaian di Pasar Sei Sikambing Medan, yang mengalami penurunan omset akibat pergeseran preferensi belanja masyarakat ke platform daring.

Kemunculan toko online (e-commerce) sebagai pesaing utama bagi pelaku UMKM sektor perdagangan pakaian semakin memperumit tantangan yang dihadapi oleh pedagang pasar tradisional (Gupta, 2014; Maarif, 2020; Suparman, 2015). Masyarakat cenderung memilih belanja daring karena lebih praktis dan efisien dibandingkan dengan belanja langsung di pasar. Data yang diperoleh dari pedagang di Pasar Sei Sikambing menunjukkan bahwa rata-rata omset penjualan mengalami fluktuasi yang tidak signifikan sepanjang tahun, kecuali pada Desember 2024 yang mencatat peningkatan tajam akibat permintaan musiman menjelang Natal dan Tahun Baru. Namun, tren penjualan kembali menurun pada bulan berikutnya, yang menunjukkan ketidakmampuan pedagang untuk bersaing secara berkelanjutan di tengah dominasi e-commerce (Arham, 2022; Nurfitri et al., 2024; Siagian et al., 2021).

Berdasarkan kondisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM sektor perdagangan pakaian di Pasar Sei Sikambing Medan menghadapi tantangan besar dalam memenangkan persaingan dengan toko online. Jika tidak ada langkah strategis yang dilakukan untuk meningkatkan daya saing, maka usaha mereka berpotensi mengalami kemunduran. Dalam situasi ini, upaya peningkatan karakteristik individu dan penguatan perilaku kewirausahaan menjadi langkah penting yang harus dilakukan untuk mempertahankan keberlanjutan usaha.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang bervariasi terkait hubungan antara perilaku kewirausahaan, karakteristik individu, dan keberhasilan usaha. Haryanti et al. (2019) menemukan bahwa perilaku kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Sebaliknya, Candra (2022) menyatakan bahwa karakteristik kewirausahaan tidak memiliki pengaruh yang berarti terhadap keberhasilan usaha. Pradipta & Iffan (2021) berpendapat bahwa karakteristik individu berperan dalam menentukan keberhasilan usaha, sementara Fitriani & Arijanto (2021) menemukan bahwa karakteristik individu tidak memiliki dampak signifikan terhadap kinerja usaha. Perbedaan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masih terdapat ruang untuk penelitian lebih lanjut guna memahami secara lebih mendalam faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha UMKM.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu terhadap keberhasilan UMKM di pasar tradisional. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana karakteristik individu dan perilaku kewirausahaan berkontribusi dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha UMKM di tengah persaingan yang semakin ketat, terutama dalam menghadapi tantangan digitalisasi dan perubahan preferensi konsumen. Selain itu, penelitian ini juga berupaya memberikan rekomendasi strategis bagi pelaku UMKM dalam mengoptimalkan potensi individu dan mengembangkan perilaku kewirausahaan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis data berbasis statistik inferensial untuk mengukur derajat hubungan serta bentuk pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat Ghozali (2018). Derajat pengaruh dianalisis pada variabel perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu sebagai variabel bebas (X) terhadap keberhasilan usaha sebagai variabel terikat (Y).

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 55 pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan. Dengan menggunakan teknik sampel jenuh, seluruh populasi dijadikan sampel penelitian. Data dikumpulkan melalui observasi, penyebaran kuesioner, dan wawancara. Analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27. Pengujian data dilakukan menggunakan regresi linier berganda. Uji hipotesis mencakup uji parsial (uji-t), uji simultan (uji-F), serta uji determinasi.

H_1 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan perilaku kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha UMKM sektor pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan.

H_2 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan karakteristik individu terhadap keberhasilan usaha UMKM sektor pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan.

H_3 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara perilaku kewirausahaan serta karakteristik individu terhadap keberhasilan usaha UMKM sektor pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	B	Signifikansi	Korelasi terhadap keberhasilan usaha
Constant	14,597		
Perilaku Kewirausahaan	0,280	0,023	Positif signifikan
Karakteristik Individu	0,388	0,001	Positif signifikan

Sumber : Hasil Olah Data Penelitian (2024)

Setiap variabel bebas menghasilkan koefisien regresi yang berbeda. Persamaan linier korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat dapat ditampilkan sebagai berikut :

$$\text{Keberhasilan Usaha (Y)} = 14,597 + 0,280 (X_1) + 0,388 (X_2)$$

Penjelasan persamaan linier di atas sebagai berikut:

- Apabila perilaku kewirausahaan (X_1) ditingkatkan sebesar satu satuan, maka keberhasilan usaha akan meningkat sebesar 0,280 dengan asumsi variabel X_2 adalah nol.
- Apabila karakteristik individual (X_2) ditingkatkan sebesar satu satuan, maka keberhasilan usaha akan meningkat sebesar 0,388 dengan asumsi variabel X_1 adalah nol.

2. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Parsial (uji-t)

Pembuktian hipotesis melalui uji parsial dihasilkan sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Parsial (uji-t)

Variabel	B	T	Sig	Pengaruh terhadap keberhasilan usaha	Kesimpulan
Perilaku Kewirausahaan	0,280	2,340	0,023	Positif signifikan	Hipotesis diterima
Karakteristik Individu	0,388	3,862	0,001	Positif signifikan	Hipotesis diterima

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2024).

Penjelasan uji parsial sebagai berikut:

- Perilaku kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, dengan kondisi signifikansi $0,023 < 0,05$ dan t-hitung $2,340 > t\text{-tabel } 1,675$ sehingga dengan demikian hipotesis H_1 diterima.
- Karakteristik individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, dengan kondisi signifikansi $0,001 < 0,05$ dan t-hitung $3,862 > t\text{-tabel } 1,675$ sehingga dengan demikian



hipotesis H_2 diterima

b. Hasil Uji Simultan (uji-F)

Uji Simultan variabel perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu terhadap keberhasilan usaha sebagai berikut :

Tabel 5 Hasil Uji Simultan (Uji-F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Regression	664,853	2	332,427	22,309	0,001 ^b
Residual	774,856	52	14,901		
Total	1439,709	54			

Sumber : Hasil Olah Data Penelitian (2024)

Tabel di atas menjelaskan hasil uji simultan yang menghasilkan signifikansi F -sig $0,001 < 0,05$ dan F -hitung $22,309 > F$ -tabel $2,78$. Artinya perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Dengan demikian hipotesis H_3 yang diajukan dapat diterima.

3. Hasil Uji Determinasi

Uji Determinasi perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu terhadap keberhasilan usaha adalah sebagai berikut:

Tabel 6 Hasil Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,680 ^a	0,462	0,441

Sumber : Hasil Olah Data Penelitian (2024)

Nilai R -Square di atas mewakili koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,462$ atau $46,2\%$. Artinya perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu berkontribusi terhadap keberhasilan usaha sebesar $46,20\%$ dari berbagai faktor yang dapat berkontribusi dan memberi pengaruh pada keberhasilan usaha UMKM pedagang pakaian di pasar tradisional Sei Sikambing Medan.

Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil pengujian hipotesis (H_1) menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara perilaku kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha UMKM pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan. Analisis statistik menghasilkan nilai korelasi sebesar $0,280$ dengan nilai signifikansi- t sebesar $0,023$. Hasil ini mengindikasikan bahwa perilaku kewirausahaan berkontribusi terhadap peningkatan keberhasilan usaha, di mana setiap peningkatan satu satuan dalam perilaku kewirausahaan akan meningkatkan keberhasilan usaha sebesar $0,280$ dengan tingkat signifikansi yang relevan.

Merujuk pada pernyataan Nursiah et al. (2015), keberadaan perilaku kewirausahaan dalam diri individu pelaku usaha memiliki pengaruh signifikan terhadap pencapaian keberhasilan usaha yang dijalankan. Perilaku kewirausahaan berperan sebagai faktor fundamental dalam mendorong pelaku usaha mencapai kesuksesan bisnisnya. Namun, dalam konteks UMKM sektor pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan, perilaku kewirausahaan yang dimiliki para pelaku usaha belum sepenuhnya sejalan dengan temuan Nursiah et al. (2015). Pelaku usaha dalam sektor ini masih mengalami kendala dalam memanfaatkan kemajuan teknologi serta memahami dinamika lingkungan bisnis yang berkembang.

Penjelasan ini menegaskan bahwa perilaku kewirausahaan merupakan refleksi dari sikap dan tindakan pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya. Sikap kewirausahaan yang positif dalam menghadapi dinamika usaha akan meningkatkan potensi keberhasilan, sedangkan respons yang negatif terhadap tantangan bisnis berisiko menurunkan keberhasilan usaha. Dengan demikian,

perilaku kewirausahaan tidak hanya mempengaruhi cara pelaku usaha menjalankan bisnisnya, tetapi juga menentukan tingkat keberhasilan yang dapat dicapai.

Hasil penelitian ini mengonfirmasi hipotesis yang dirumuskan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara perilaku kewirausahaan dan keberhasilan usaha UMKM sektor pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gemina & Pitaloka (2020), Haryanti et al. (2019), serta Nursiah et al. (2015), yang menyimpulkan bahwa perilaku kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Pengaruh Karakteristik Individu Terhadap Keberhasilan Usaha

Uji hipotesis (H_2) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara karakteristik individu terhadap keberhasilan usaha UMKM pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan. Analisis statistik menunjukkan nilai korelasi sebesar 0,388 dengan nilai signifikansi-t sebesar 0,001. Hasil ini mengindikasikan bahwa karakteristik individu berkontribusi terhadap peningkatan keberhasilan usaha, di mana setiap peningkatan satu satuan dalam karakteristik individu akan meningkatkan keberhasilan usaha sebesar 0,388 dengan tingkat signifikansi yang relevan.

Merujuk pada pernyataan Maramis et al. (2023), karakteristik individu mencakup kemampuan, kecakapan, dan latar belakang seseorang yang meliputi dimensi sikap diri sendiri, kebutuhan individual, kompetensi, pengetahuan tentang pekerjaan, serta aspek emosional seperti suasana hati, perasaan, keyakinan, dan nilai-nilai individu. Namun, dalam konteks UMKM sektor pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan, aspek emosi, suasana hati, dan keyakinan yang dimiliki oleh sebagian besar pelaku usaha masih tergolong rendah dalam mendukung pencapaian keberhasilan usaha. Dengan demikian, karakteristik individu yang dikemukakan oleh Maramis et al. (2023) belum sepenuhnya tercermin dalam perilaku beberapa pelaku UMKM di sektor ini.

Terdapat standar minimal dalam karakteristik individu yang seharusnya dimiliki oleh pelaku UMKM agar dapat meningkatkan peluang keberhasilan usaha. Salsabila (2021) menyatakan bahwa karakteristik individu yang ideal meliputi keterbukaan terhadap hal-hal baru, sifat terbuka dan nyaman dalam berinteraksi dengan konsumen, kemampuan menghindari konflik, serta kemampuan mengelola stres dan emosi dalam menghadapi pelanggan. Sayangnya, karakteristik dasar ini belum sepenuhnya dimiliki oleh pelaku UMKM sektor pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan. Ketidaksihinggaan ini dapat berdampak negatif terhadap pencapaian keberhasilan usaha dan daya saing mereka di pasar.

Penjelasan ini menunjukkan bahwa karakteristik individu yang dimiliki pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Karakteristik individu yang positif, seperti sikap proaktif dan adaptif dalam menghadapi perubahan serta interaksi yang baik dengan konsumen, berpotensi meningkatkan keberhasilan usaha. Sebaliknya, karakteristik individu yang kurang adaptif dan tidak responsif terhadap lingkungan bisnis dapat berkontribusi terhadap rendahnya pencapaian usaha.

Dengan demikian, hasil penelitian ini mengonfirmasi hipotesis yang dirumuskan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara karakteristik individu terhadap keberhasilan usaha UMKM sektor pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pradipta & Iffan (2021) serta Sipahutar (2020), yang menyimpulkan bahwa karakteristik individu memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Karakteristik Individu terhadap Keberhasilan Usaha

Uji simultan (H_3) membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu terhadap keberhasilan usaha UMKM pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan. Hasil analisis menunjukkan nilai signifikansi-F sebesar

0,001 ($< 0,05$) dan F -hitung sebesar 22,309 ($> F$ -tabel 2,78). Nilai signifikansi sebesar 0,001 menunjukkan bahwa pengaruh kedua variabel bebas terhadap variabel terikat sangat signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu berperan sebagai faktor utama yang menentukan keberhasilan usaha UMKM di sektor ini.

Perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu memiliki hubungan yang erat dalam mempengaruhi keberhasilan usaha UMKM. Perilaku kewirausahaan merupakan manifestasi dari pengembangan karakteristik individu yang mendorong pelaku usaha untuk lebih inovatif dan adaptif dalam mengelola serta mengembangkan usahanya. Kolaborasi antara perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu menciptakan sinergi yang kuat dalam meningkatkan keberhasilan usaha. Dengan demikian, hasil penelitian ini membuktikan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan.

Hasil uji determinasi menunjukkan bahwa variabel perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu memiliki nilai determinasi sebesar 0,462 atau 46,2%. Nilai ini mengindikasikan bahwa kedua variabel bebas tersebut secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 46,2% terhadap keberhasilan usaha, sementara sisanya sebesar 53,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti modal, lokasi usaha, tingkat pendidikan, dan faktor eksternal lainnya. Kontribusi sebesar 46,2% ini memberikan indikasi bahwa pelaku UMKM perlu meningkatkan kualitas perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu mereka guna meningkatkan pencapaian keberhasilan usaha secara lebih optimal di masa mendatang.

Berdasarkan temuan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini diterima. Perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan. Kolaborasi antara kedua variabel tersebut terbukti memiliki kekuatan yang signifikan dalam meningkatkan pencapaian keberhasilan usaha.

Hasil penelitian ini mendukung pernyataan Suryana (2012), yang menyatakan bahwa keberhasilan usaha dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya karakteristik individu pelaku usaha dan pengetahuan kewirausahaan. Karakteristik individu mencakup semangat berprestasi, orientasi ke depan, kreativitas, inovasi, komitmen, tanggung jawab, kemandirian, keberanian mengambil risiko, serta kemampuan dalam melihat dan memanfaatkan peluang bisnis. Sementara itu, pengetahuan kewirausahaan mencakup pemahaman tentang prospek pasar, persaingan usaha, preferensi konsumen, teknik dan strategi bertahan di pasar yang kompetitif, serta karakteristik lingkungan usaha. Temuan penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gemina & Pitaloka (2020) yang menyimpulkan bahwa karakteristik kewirausahaan dan perilaku individu berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

SIMPULAN

Perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan. Hasil uji simultan dan uji determinasi membuktikan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 46,2% terhadap keberhasilan usaha, sementara 53,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kolaborasi antara perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu menciptakan sinergi yang kuat dalam meningkatkan pencapaian keberhasilan usaha, yang sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Suryana (2018), Gemina & Pitaloka (2020), serta Sipahutar (2020). Dengan demikian, peningkatan kualitas kedua variabel tersebut menjadi faktor penting bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka di tengah persaingan yang semakin ketat.

Karakteristik individu memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambing Medan. Hasil analisis statistik membuktikan bahwa peningkatan dalam karakteristik individu, seperti keterbukaan terhadap perubahan, kemampuan mengelola stres, serta interaksi yang baik dengan konsumen, berkontribusi terhadap peningkatan keberhasilan usaha. Namun, temuan juga menunjukkan bahwa sebagian

besar pelaku usaha di sektor ini masih memiliki keterbatasan dalam aspek emosional dan keyakinan diri, yang dapat menghambat pencapaian keberhasilan usaha mereka. Oleh karena itu, penguatan karakteristik individu yang mencakup kompetensi, sikap proaktif, dan kemampuan beradaptasi menjadi aspek penting yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan sebelumnya oleh Pradipta & Iffan (2021) serta Sipahutar (2020), yang menyatakan bahwa karakteristik individu memiliki peran krusial dalam keberhasilan usaha UMKM.

Perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM pedagang pakaian di Pasar Tradisional Sei Sikambang Medan. Uji simultan menunjukkan hubungan yang kuat antara kedua variabel ini dengan keberhasilan usaha, sebagaimana dibuktikan oleh nilai signifikansi dan F-hitung yang signifikan. Selain itu, nilai determinasi sebesar 46,2% menunjukkan bahwa faktor-faktor ini memberikan kontribusi yang cukup besar dalam menentukan keberhasilan usaha, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Hasil penelitian ini mendukung teori yang menyatakan bahwa keberhasilan usaha dipengaruhi oleh kombinasi antara karakteristik individu dan pengetahuan kewirausahaan, seperti kreativitas, inovasi, keberanian mengambil risiko, serta pemahaman tentang pasar dan persaingan. Dengan demikian, pelaku UMKM perlu terus meningkatkan perilaku kewirausahaan dan karakteristik individu mereka untuk mencapai keberhasilan usaha yang lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Arham, H. K. (2022). Potential Legal Risks Arising In Cash On Delivery (Cod) Payment Mechanism In E-Commerce Applications. *Indonesian Journal of Law and Policy Studies*, 3(1), 61–74.
- Desmaryani, S. (2018). *Wirausaha dan Daya Saing*. Deepublish.
- Endeshaw, A., Purwandari, S., Hananto, M. W., Waluyati, & Barkatullah, A. H. (2007). *Hukum e-commerce dan internet: dengan fokus di Asia Pasifik*. Bina Ilmu.
- Farisi, S., Willy, Y., & Sheila, N. (2021). Peranan Kinerja Pegawai: Disiplin Kerja dan Kepemimpinan. *Jurnal Salman (Sosial Dan Manajemen)*, 2(1), 121–133.
- Fitriani, D., & Arijanto, S. (2021). Analisis Hubungan Karakteristik Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM Bidang Fashion Di Masa Pandemi COVID-19 Menggunakan PLS-SEM. *Eproceeding.Itenas.Ac.IdD Fitriani, S Arijantoe-Proceeding FTI, 2021•eproceeding.Itenas.Ac.Id. https://eproceeding.itenas.ac.id/index.php/fti/article/view/679*
- Gemina, D., & Pitaloka, A. W. (2020). Keberhasilan Usaha Berbasis Sikap Kewirausahaan Dan Pengetahuan Kewirausahaan Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Makanan Minuman Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor. *Jurnal Visionida*, 6(1), 20. <https://doi.org/10.30997/jvs.v6i1.2722>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IDM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grehenson, Gusti. (2023). Pelarangan Impor Baju Bekas Harus Diikuti Peningkatan Kualitas Produk Lokal. In *Ugm.Ac.Id* (p. 1). <https://ugm.ac.id/id/berita/23595-pelarangan-impor-baju-bekas-harus-diikuti-peningkatan-kualitas-produk-lokal/>
- Gunawan, R., Siregar, D., & Sulaiman, S. (2021). Pembentukan Dan Pendampingan Wirausaha Pada Kelompok Posyandu Di Desa Sena. *Pelita Masyarakat*, 3(1), 43–54. <https://doi.org/10.31289/pelitamasyarakat.v3i1.5801>
- Gupta, A. (2014). E-Commerce: Role of E-Commerce in today's business. *International Journal of Computing and Corporate Research*, 4(1), 1–8.
- H, A. P., & Iffan, M. (2021). Pengaruh Keterampilan Kewirausahaan Dan Karakteristik Individu Terhadap Keberhasilan Usaha (Survei Pada Industri Genteng Kecamatan Jatiwangi Kabupaten Majalengka). *Journal of Economics, Management, Business and Accounting*, 1(1), 73–83. <https://doi.org/10.34010/jemba.v1i1.5021>
- Hapsari, N. D., & Rahardjo, M. (2021). Peran teknologi finansial dalam meningkatkan akses kredit bagi UMKM. *Jurnal Teknologi Keuangan*, 6(1), 87-102.
- Haryanti, R., ... G. S. E. and, & 2019, undefined. (2019). Pengaruh kemampuan manajerial, perilaku kewirausahaan dan motivasi terhadap kinerja usaha. *Jurnal.Stiebankbpdjateng.Ac.Id. http://jurnal.stiebankbpdjateng.ac.id/jurnal/index.php/econbank/article/view/173*

- Herawaty, N., & Yustien, R. (2019). Pengaruh Modal, Penggunaan Informasi Akuntansi Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil (Survei Pada Usaha Rumahan Produksi Pempek di Kota Jambi). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 3(1).
- Karakteristik Wirausaha, H., & Jumaedi Abstraksi, H. (2012). Hubungan karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha (studi kasus pada pengusaha kecil di Pekalongan). *Ejournal.Upi.Edu*. <https://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/article/view/2171>
- Maarif, N. (2020). Shopee Jadi e-Commerce Terpopuler di Indonesia. *Detik.Com*.
- Maramis, N. C., Pio, R. J., & Kalangi, Johny. A. F. (2023). Pengaruh Karakteristik Individu Terhadap Perilaku Kewirausahaan Studi Pada Usaha Mikro Kecil Di Kota Manado. *Journal Productivity*, 4(2), 239–248.
- Munizu, M., Tandiono, R., Pravitasari, E., Kardini, N. L., Hendrawan, H., Nur, T., Siswanto, A., & Manuaba, I. B. K. (2023). *UMKM: Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nurfitri, A. R., Setyaningsih, E., & Winarsih, W. (2024). Fenomena Bisnis Ritel E-Commerce di Indonesia Serta Dampak dan Peluangnya Terhadap Bisnis Ritel Tradisional. *YUME: Journal of Management*, 7(3), 1151–1168.
- Nursiah, T., Kusnadi, N., & Burhanuddin, B. (2015). Perilaku kewirausahaan pada usaha mikro kecil (umk) tempe di bogor jawa barat. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 3(2), 145–158.
- Octiva, C. S., Haes, P. E., Fajri, T. I., Eldo, H., & Hakim, M. L. (2024). Implementasi Teknologi Informasi pada UMKM: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 815–821.
- Prasetya, D. G. A., Dewi, A. A. S. L., & Ujianti, N. M. P. (2022). Tinjauan Yuridis Industri E-Commerce dalam Melakukan Kegiatan Transaksi Online. *Jurnal Konstruksi Hukum*, 3(2), 365–370.
- Rahman, S. S., & Dekkati, S. (2022). Revolutionizing Commerce: The Dynamics and Future of E-Commerce Web Applications. *Asian Journal of Applied Science and Engineering*, 11(1), 65–73.
- Rangkuti, M. H. B., Nasution, A. A., Risanty, R., Agustrisna, J., & Ismail, M. (2021). Pelatihan Memulai Usaha Untuk Wirausahawan Pada Remaja Mesjid Kecamatan Medan Helvetia. *Pelita Masyarakat*, 2(2), 95–101. <https://doi.org/10.31289/pelitamasyarakat.v2i2.4560>
- Septiandika, V., Sucahyo, I., Puspitarini, R. C., Rahmadi, A. N., & Cholifa, N. (2022). Pemberdayaan Masyarakat dalam Bidang Ekonomi Kreatif dan Sektor Pangan Guna Rintis Kemandirian Ekonomi di Desa Banyuanyar Lor Kabupaten Probolinggo. *Pelita Masyarakat*, 4(1), 76–91. <https://doi.org/10.31289/pelitamasyarakat.v4i1.7889>
- Siagian, R., Pahala Sirait, P. S., & Halima, A. (2021). E-Commerce Customer Segmentation Using K-Means Algorithm and Length, Recency, Frequency, Monetary Model. *Journal of Informatics and Telecommunication Engineering*, 5(1), 21–30. <https://doi.org/10.31289/jite.v5i1.5182>
- Suparman. (2015). URGENSI REGULASI KOMPREHENSIF E-COMMERCE DI INDONESIA DALAM MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA). *Jurnal Mercatoria*, 8(1). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>