

## **FAKTOR-FAKTOR PENENTU KEBERHASILAN USAHA PADA PEMEGANG USAHA WARALABA**

**(Studi Kasus Pada Usaha Waralaba Makanan dan Minuman Lokal  
Di Kota Semarang**

**Rizki Pamungkas., Rizal Hari Magnadi**  
milksumo@yahoo.co.id

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro  
Jl Prof. Soedharto SH Tembalang Semarang 50239, Phone: +622476486851

### ***ABSTRACT***

*Business franchise (franchise) is now growing in Indonesia. This is because in Indonesia with a population of over 200 million people who have the biggest market opportunity. One type of franchise that is being developed at this time is the category of food and beverage franchise locally. This study aims to determine the influence of to determine the influence of business characteristic, business location, and management ability about success business franchising in Semarang. And to analysis the dominant factor in a successful business franchising in Semarang.*

*The populations used in this study iis the holder of franchise business in Semarang. Samples taken are as many as 82 respondents, by using Non-Probability Sampling method and Accidental Sampling approaches, that is the sample determination method based on coincidence, which are the holders of franchise business in Semarang.*

*According to the stastictical data analysis, the outcome is that the indicators used in this study are valid and the variables are reliable. The classical assumption test, that is multicollinearity regression model, indicate that there is no hsteroscedasticity, and the distribution is normal.*

**Keywords :** *Business characteristic, business location and management ability and successful business*

## **PENDAHULUAN**

Jumlah pengusaha yang ada di Indonesia bisa dikatakan kurang dari teori ekonomi yang disepakati di seluruh dunia. Menurut Biro Pusat Statistik jumlah data persentase entrepreneur dari total penduduk Indonesia pada tahun 2012 masih sekitar 1,56%. Oleh karena itu, Indonesia harus dapat memberdayakan generasi muda sejak dini untuk menjadi pengusaha.

Salah satu cara yang bisa digunakan untuk menjadi entrepreneur yaitu dengan membeli waralaba/franchise. Menurut PP No. 42 tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan EI No. 12/M-DAG/PER/3/2006, waralaba (franchise) adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan. Tingkat keberhasilan usaha waralaba/franchise di Indonesia khususnya di Kota Semarang banyak mengalami penurunan atau banyak pelaku usaha yang menutup usahanya karena adanya beberapa faktor yang kurang diperhatikan oleh para pelaku usaha. Oleh sebab itu maka diperlukan faktor-faktor penentu keberhasilan usaha yaitu antara lain : karakteristik usaha, lokasi usaha dan kemampuan manajerial.

## **KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS**

Keberhasilan usaha waralaba dalam penelitian ini menggunakan 3 pendekatan untuk mengukur apakah suatu waralaba itu bisa dikatakan sukses atau tidak. Pendekatan tersebut antara lain yaitu dilihat dari karakteristik wirausaha, lokasi usaha dan kemampuan manajerial.

Dengan penjelasan diatas, dalam penelitian ini karakteristik wirausaha, lokasi usaha dan kemampuan manajerial sebagai variabel independen dan keberhasilan usaha sebagai variabel dependen.

### **Pengaruh Karakteristik Wirausaha dengan Keberhasilan Usaha**

Keberhasilan usaha dipengaruhi oleh beberapa factor, antara lain adalah memiliki visi dan tujuan bisnis, berani mengambil resiko dan uang, mampu menyusun perencanaan usaha, mengorganisir sumber daya, dan implementasinya, sanggup bekerja keras, mampu membangun hubungan dengan pelanggan, tenaga kerja, pemasok, dan sebagainya, dan memiliki tanggung jawab terhadap keberhasilan maupun kegagalan.

H1 : Karakteristik Wirausaha Bepengaruh Positif Terhadap Keberhasilan Usaha

**Pengaruh Lokasi Usaha dengan keberhasilan usaha**

Pengaruh lokasi usaha pada keberhasilan usaha salah satu hal yang harus diperhatikan oleh pengusaha adalah lokasi usaha, sebab salah memilih lokasi usaha akan mengakibatkan suatu kerugian bagi pengusaha.

H2 : Lokasi Usaha Bepengaruh Positif Terhadap Keberhasilan Usaha

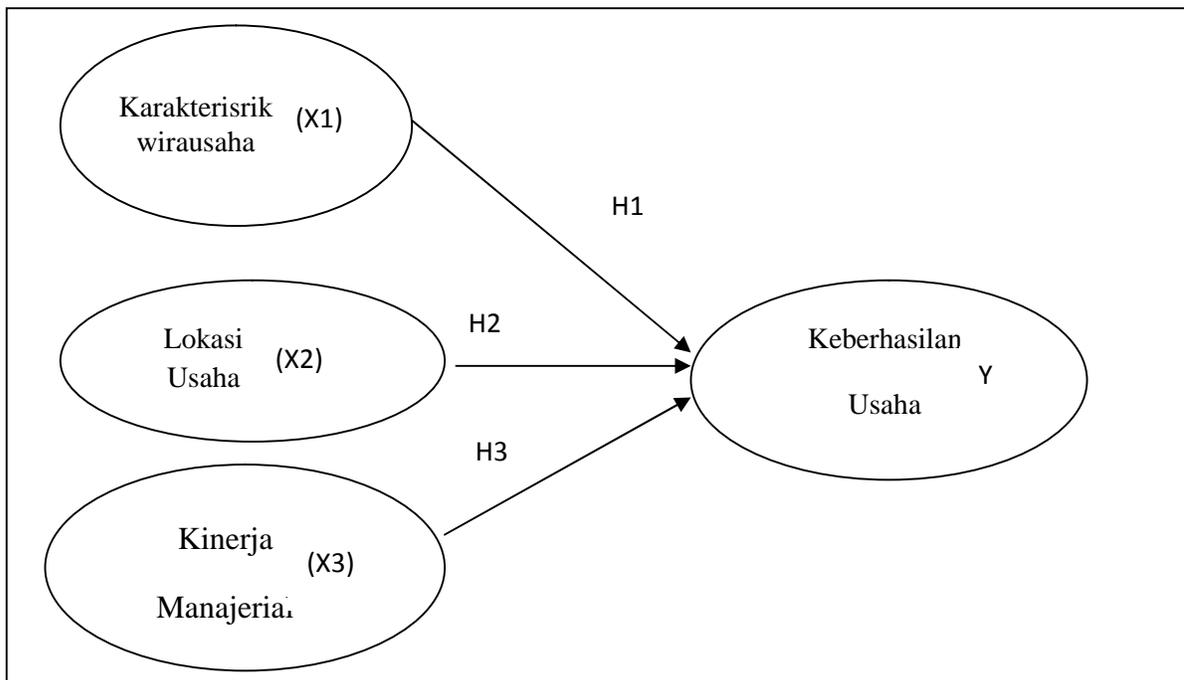
**Pengaruh Kemampuan Manajerial dengan keberhasilan usaha**

Jika seorang pengusaha telah memiliki kemampuan manajerial, maka perusahaan tersebut menyakini perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengawasan di tunjang dengan kreatifitas, keinovasian, dan keberanian mengambil resiko dengan sendirinya tujuan yang hendak dicapai akan terpenuhi.

H3: Kemampuan Manajerial Bepengaruh Positif Terhadap Keberhasilan Usaha.

Berdasarkan tinjauan pustaka serta mengacu terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang masih relevan, maka ditarik sebuah kerangka pemikiran teori yang terkait dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun kerangka pemikiran teori dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 1**  
**Kerangka Pemikiran Teori**



Sumber : Septiani Putri, Casa (2011) yang dikembangkan

## **METODE PENELITIAN**

### **Variabel Penelitian**

1. Variabel Dependen  
Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keberhasilan usaha (Y).
2. Variabel Independen  
Variabel independen dalam penelitian ini adalah : karakteristik usaha, lokasi usaha dan kemampuan manajerial.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis variable, yaitu variabel terikat (dependen) dan variable bebas (independen), Variabel independen dalam penelitian ini yaitu karakteristik wirausaha (X1), lokasi usaha (X2) dan kemampuan manajerial (X3). Dalam penelitian ini variabel dependen adalah keberhasilan usaha (Y).

Variabel independen pertama yaitu karakteristik wirausaha. Karakteristik seorang wirausaha pada umumnya dapat dilihat pada saat berkomunikasi dalam rangka mengumumkan informasi maupun pada waktu menjalankan usaha dan menjalin hubungan dengan para relasi bisnis. Untuk itu, dalam menjalin hubungan bisnis dengan seseorang kita harus mengetahui karakteristiknya. Karena tanpa kita perhatikan karakternya bisa-bisa kita akan rugi sendiri apabila menjalin hubungan bisnis dengan orang yang berkarakter tidak baik.

Variable independen kedua adalah lokasi usaha. Pemilihan lokasi usaha yang strategis atau banyak dilalui oleh masyarakat menjadi strategi yang harus ditetapkan oleh pengusaha. Semakin banyaknya orang yang berlalu lalang di sekitar lokasi usaha akan memungkinkan semakin banyaknya orang yang berkunjung ke lokasi usaha. Sehingga peningkatan pendapatan pengusaha juga akan meningkat.

Variabel independen ketiga yaitu kemampuan manajerial. Kemampuan manajerial adalah kemampuan untuk mengatur, mengkoordinasikan dan menggerakkan para bawahan kearah pencapaian tujuan yang telah ditentukan organisasi, tak soal apakah organisasi itu kecil atau besar.

Variabel dependen yang digunakan adalah keberhasilan usaha. 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

### **Penentuan Sampel**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Non probability Sampling merupakan teknik pengambilan sampling yang tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap unsure atau anggota populasi untuk

dijadikan sampel. Sampel pada penelitian ini adalah para pemegang usaha waralaba makanan dan minuman lokal di Kota Semarang.

### **Metode Analisis**

Teknik analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Kualitatif dan Analisis Kuantitatif. Dimana Analisis data kualitatif merupakan analisis yang berdasarkan data yang dinyatakan dalam bentuk urutan. Proses pengurutan dilakukan dalam empat tahap yaitu pengeditan, pemberian kode, pemberian skor dan tabulating. Sedangkan Analisis Kuantitatif dilakukan dengan cara menganalisis suatu permasalahan yang diwujudkan dengan cara kuantitatif. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Beberapa langkah yang dilakukan dalam analisis berganda adalah Uji Validitas data, dan Uji asumsi klasik. Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu agar data sampel yang diolah benar – benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Pengujian meliputi Uji Normalitas Data, Uji Multikolinieritas dan Uji Heteroskedastisitas.

### **Analisis Regresi**

Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel independen diasumsikan random/ stokastik, yang berarti mempunyai distribusi probabilistik. Variabel independen diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana

a = konstanta

$b_1..b_3$  = koefisiensi regresi

Y = variabel keberhasilan usaha

X1 = variabel karakteristik wirausaha

X2 = variabel lokasi usaha

X3 = variabel kemampuan manajerial

### **Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik digunakan untuk melihat apakah data penelitian dapat dianalisis dengan menggunakan persamaan regresi linear sederhana. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

### **Uji Analisis Deskriptif**

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan deskripsi suatu data yang dilihat dari rata-rata, standar deviasi, modus, maksimum-minimum. Hal ini perlu dilakukan untuk melihat gambaran keseluruhan dari sampel yang berhasil dikumpulkan dan memenuhi syarat untuk dijadikan sampel penelitian.

### **Uji Koefisien Determinansi**

Koefisiensi determinasi digunakan untuk menjelaskan proporsi variabel dependen yang mampu dijelaskan oleh variabel independennya. Nilai koefisiensi determinasi adalah  $0 < R^2 < 1$ . Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

### **Uji Statistik F**

Uji F yaitu uji untuk mengetahui pengaruh variabel independen, yaitu kepercayaan ( $X_1$ ), kemudahan ( $X_2$ ), dan kualitas informasi ( $X_3$ ) secara simultan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian ( $Y$ ). Kriteria yang digunakan adalah:

1.  $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$ , artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen, yaitu kepercayaan ( $X_1$ ), kemudahan ( $X_2$ ), dan kualitas informasi ( $X_3$ ) secara simultan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian ( $Y$ ).
2.  $H_a : b_1 - b_3 > 0$ , artinya ada pengaruh positif yang signifikan dari variabel independen, yaitu kepercayaan ( $X_1$ ), kemudahan ( $X_2$ ), dan kualitas informasi ( $X_3$ ) secara simultan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian ( $Y$ ).

Sedangkan kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Taraf signifikansi ( $\alpha = 0,05$ )
2. Distribusi t dengan derajat kebebasan ( $n - k$ )
3. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
4. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

### **Uji Statistik t**

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen dengan parsial atau individual terhadap variabel dependen. Kriteria yang digunakan adalah:

1.  $H_0 : b_i = 0$ , artinya suatu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2.  $H_1 : b_i > 0$ , artinya suatu variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Sedangkan kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Taraf signifikan ( $\alpha = 0,05$ )
2. Distribusi t dengan derajat kebebasan ( $n - k$ )
3. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima
4. Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Ddeskripsi Objek Penelitian**

Penelitian ini mengambil sampel pemilik waralaba kuliner makanan dan minuman lokal di Kota Semarang. Peneliti mendistribusi kuesioner hingga mendapatkan sebanyak 82 kuesioner untuk mendapatkan data penelitian untuk membuktikan hipotesis yang diajukan.

Sebagai hasil penelitian pendahuluan, berikut ini akan diberikan tinjauan mengenai karakteristik responden yang dinyatakan dalam bentuk tabulasi identitas responden. Identitas responden diperoleh dari kuesioner yang telah diisi oleh responden didapat data identitas responden. Penyajian data mengenai identitas responden untuk memberikan gambaran tentang keadaan diri dari pada responden

### **Hasil Penelitian**

Hasil penelitian kali ini terdiri dari analisis deskriptif, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi, uji F, uji signifikansi parsial (Uji t), analisis regresi sederhana. Berikut adalah hasil penelitian ini yang akan diuraikan secara lebih lengkap.

### **Analisis Deskriptif**

Statistik deskripsi hasil kuesioner yang ditampilkan meliputi deskripsi data dari jawaban responden atas seluruh pertanyaan dengan tujuan untuk mempermudah dalam mengetahui tanggapan umum responden terhadap kuesioner yang telah disebar. Untuk mengetahui frekuensi intensitas kondisi masing-masing variabel dapat diketahui dengan perkalian antara skor tertinggi dalam setiap variabel dengan jumlah item pertanyaan yang ada setiap variabel yang kemudian dibagi dengan 5 yaitu sangat baik, baik, sedang, tidak baik dan sangat tidak baik.

Variabel Karakteristik Wirausaha menunjukkan bahwa rata-rata skor jawaban responden menunjukkan nilai sebesar 3,93. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum ada karakteristik wirausaha yang positif berdasarkan pertimbangan dari masing-masing responden sebagai pemilik waralaba.

Variabel Lokasi Usaha menunjukkan bahwa rata-rata skor jawaban responden menunjukkan nilai sebesar 3,69. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum ada lokasi usaha yang positif berdasarkan pertimbangan dari masing-masing responden sebagai pemilik waralaba.

Variabel Kemampuan Manajerial Penilaian diri responden mengenai kemampuan manajerial dalam aspek kemampuan membuat keputusan sendiri dengan baik diperoleh dari hasil penelitian ini, dimana diperoleh skor persepsi responden sebesar 3,89 yang berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian

besar responden menganggap bahwa kemampuan membuat keputusan sendiri dengan baik berarti bahwa wirausaha harus mempertimbangkan aspek keuntungan dan kerugian dari keputusan yang diambilnya.

Variabel Keberhasilan Usaha menunjukkan bahwa rata-rata skor jawaban responden menunjukkan nilai sebesar 3,91. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum ada bentuk keberhasilan usaha yang positif yang diperoleh dari usaha mereka.

### Pembahasan Hasil Penelitian

Analisis regresi berganda yang telah dilakukan diperoleh koefisien regresi, nilai t hitung dan tingkat signifikansi sebagaimana ditampilkan pada Tabel 4.1 berikut

**Tabel 1**  
**Hasil Analisis Regresi**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.231	1.636		.141	.888
	Karakteristik Wirausaha	.362	.082	.416	4.405	.000
	Lokasi Usaha	.336	.091	.290	3.679	.000
	Kemampuan Manajerial	.296	.085	.326	3.495	.001

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Dari output diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi keempat variabel independen lebih dari 0,05. Disimpulkan Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah pada model regresi.

Uji F digunakan untuk melakukan pengujian variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Berikut adalah tabel hasil uji F dengan perhitungan statistik dengan menggunakan SPSS.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji F Model**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	191.189	3	63.730	30.769	.000 <sup>a</sup>
	Residual	161.555	78	2.071		

Total	352.744	81		
-------	---------	----	--	--

a. Predictors: (Constant), Kemampuan Manajerial, Lokasi Usaha, Karakteristik Wirausaha  
b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil uji F pada tabel ANOVA pada Tabel 4.13 didapatkan nilai F sebesar 30.769 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka model regresi yang digunakan sudah fit.

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (Ghozali, 2001). Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.13 di bawah ini :

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Determinasi Model**

Model Summary <sup>a</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.736 <sup>a</sup>	.542	.524	1.43917

a. Predictors: (Constant), Kemampuan Manajerial, Lokasi Usaha, Karakteristik Wirausaha  
b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,524. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kemampuan variabel independen Karakteristik wirausaha, Lokasi usaha dan Kemampuan maajerial untuk menjelaskan variasi pada variabel dependen Keberhasilan usaha adalah sebesar 52,4 persen dan sisanya sebesar 47,6% keberhasilan usaha dapat dijelaskan oleh variabel lain.

Analisis regresi berganda yang telah dilakukan diperoleh koefisien regresi, nilai t hitung dan tingkat signifikansi sebagaimana ditampilkan pada Tabel 4.14 berikut :

**Tabel 4.14**  
**Hasil Analisis Regresi**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	.231	1.636		.141	.888
	Karakteristik Wirausaha	.362	.082	.416	4.405	.000
	Lokasi Usaha	.336	.091	.290	3.679	.000
	Kemampuan Manajerial	.296	.085	.326	3.495	.001

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Dari hasil tersebut apabila ditulis persamaan regresi dalam bentuk *standardized coefficient* sebagai berikut :

$$Y = 0.416 X_1 + 0.290 X_2 + 0.326 X_3$$

Persamaan regresi berganda tersebut, semua koefisien variabel memiliki arah koefisien yang bertanda positif. Hal ini mendukung dugaan semula bahwa ada arah pengaruh positif karakteristik wirausaha, lokasi usaha dan kemampuan manajerial terhadap keberhasilan usaha.

Untuk menguji Hipotesis penelitian diuji dengan uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara parsial atau individual menerangkan variabel terikat.

1. Pengaruh Karakteristik Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha

Pengujian pengaruh Karakteristik wirausaha terhadap Keberhasilan usaha menunjukkan nilai t sebesar 4,405 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka H1 diterima. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa Karakteristik wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan usaha.

2. Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha

Pengujian pengaruh Lokasi Usaha terhadap Keberhasilan usaha menunjukkan nilai t sebesar 3,679 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka H2 diterima. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa Lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan usaha.

3. Pengaruh Kemampuan Manajerial terhadap Keberhasilan Usaha

Pengujian pengaruh Kemampuan manajerial terhadap Keberhasilan usaha menunjukkan nilai t sebesar 3,495 dengan tingkat signifikansi 0,001. Karena nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  maka H2 diterima. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa Kemampuan Manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan usaha.

## Pembahasan

1. Pembahasan Hipotesis 1

Pengujian hipotesis 1 menunjukkan adanya pengaruh signifikan variabel karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha. Hasil ini menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha yang baik akan mendorong pengusaha untuk melakukan berbagai aktivitas usaha yang berkaitan dengan usaha waralaba yang dilakukan.

Wirausaha yang baik akan memiliki karakteristik kreatif, inovatif, komitmen yang tinggi pada pekerjaan, mandiri dan tanggung jawab yang besar. Aspek-aspek tersebut akan menjadikan wirausahawan mampu menghadapi tantangan bisnis yang ketat sehingga dapat berhasil dalam menjalankan usahanya.

## 2. Pembahasan Hipotesis 2

Pengujian hipotesis 2 menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha. Hasil ini menunjukkan bahwa lokasi usaha yang tepat dan baik akan memiliki peranan dalam membantu pengusaha untuk memperkenalkan usaha mereka kepada calon konsumen atau pelanggannya.

## 3. Pembahasan Hipotesis 3

Pengujian hipotesis 3 diperoleh bahwa kemampuan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Hal ini menjelaskan bahwa manajer yang memiliki kemampuan manajerial yang baik akan mendapatkan keberhasilan usaha yang lebih besar.

## **KESIMPULAN**

Dari hasil analisis data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dari penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hipotesis 1 diterima karena hasil uji – t antara karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha adalah sebesar 4.405 dan sig.  $0,000 < a = 0,05$ . Yang berarti ada pengaruh positif yang signifikan dari karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha. Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa ada peningkatan karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha waralaba.
2. Hipotesis 2 diterima karena hasil uji – t antara lokasi terhadap keberhasilan usaha adalah sebesar 3.679 dan sig  $0.000 < a = 0,05$ . Yang berarti ada pengaruh positif yang signifikan dari lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha. Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa ada peningkatan lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha waralaba.
3. Hipotesis 3 diterima karena hasil uji – t antara kemampuan manajerial terhadap keberhasilan usaha adalah sebesar 3.495 dan sig  $0.000 < a = 0,05$ . Yang berarti ada pengaruh positif yang signifikan dari kemampuan manajerial terhadap keberhasilan usaha. Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa ada peningkatan lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha waralaba.

## **SARAN**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Karakteristik wirausaha pada pemegang usaha waralaba di dalam penelitian ini mendapatkan indeks dengan kategori yang tinggi. Hal tersebut karena untuk memulai sebuah usaha diperlukan sikap atau perilaku yang timbul dari diri manusia itu sendiri untuk menjadi wirausaha. Untuk meningkatkan kreativitas dalam diri pelaku usaha, hendaknya para pelaku usaha dapat terus belajar bagaimana meningkatkan kreativitas dengan mengikuti seminar atau dapat belajar dari buku wirausaha. Yang menjadi perhatian di dalam variabel ini adalah pada indikator komitmen dalam pekerjaan Untuk itu diperlukan komitmen yang kuat sebelum terjun di dunia wirausaha untuk selalu berkomitmen dalam menyelesaikan pekerjaannya sampai pekerjaannya tuntas dan pelaku usaha mampu mengerjakan tugasnya sendiri tanpa bantuan orang lain.
2. Kemampuan manajerial pada usaha waralaba didalam penelitian ini tergolong tinggi namun masih berada dibawah variabel karakteristik wirausaha. Dengan indikator terendah yaitu kemampuan membangun tim Oleh sebab itu untuk membangun sebuah tim yang kuat maka dibutuhkan komunikasi yang berkesinambungan antara pemegang usaha waralaba dengan karyawannya. Pelaku usaha sebaiknya mampu mendelegasikan tugas kepada karyawannya sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang telah ditetapkan. Sehingga nantinya apabila sebuah tim dibangun dengan kuat maka dengan mudah akan untuk mencapai tujuan dan peningkatan laba usaha juga semakin terlihat.
3. Lokasi usaha dalam keberhasilan usaha waralaba mendapatkan sdengan indikator keamanan tempat parkir paling rendah Untuk meningkatkan keamanan tempat parkir di sekitar lokasi usaha maka alangkah sebaiknya tempat parkir lokasi usaha disiapkan seorang tukang parkir yang siap berjaga. Solusi lain dari keamanan tempat parkir yaitu dengan menggunakan kamera CCTV yang dipasang di sekitar lokasi usaha, agar setiap konsumen yang berkunjung dilokasi usaha dapat merasa nyaman dalam melakukan transaksi pembelian.

## **REFERENSI**

- Algifari (2000). *Analisis Regresi*. Yogyakarta :as Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada.
- Andi Wijayanto. 2011. Pengaruh Karakteristik Wirausahawan Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha di Usaha Kecil Pengasapan Ikan Di Krobakan Semarang. Skripsi. Semarang.
- Basu Swastha, DH dan Irawan, 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty
- Benedicta Prihatin Dwi, Riyanti. (2003). *Kewirausahaan Dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*. Jakarta : Grasindo.
- Ghozali, Imam,2005. *Analisis Multivariate dengan Progam SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gunawan, Widjaja. 2002. *Lisensi atau Waralaba Suatu Panduan Praktis*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Hasibuan, Malayu SP. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Aksara
- Henry Faizal, Noor. 2007. *Ekonomi Manajerial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Hunger, J. David & Thomas L. Wheelen. 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Paktek*. Jakarta : Salemba Empat
- Meredith, Geoffrey G. 1996. *Kewirausahaan*. Jakarta : Pustaka Banaman Pressindo,
- Murti Sumarni & John Suprihanto, 1998, Pengantar Bisnis.
- Mulyanto. (2007). Pengaruh Motivasi dan Kemampuan Manajerial Terhadap Kinerja Usaha Pedagang Kaki Lima Menetap. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AUB. Surakarta
- Primiana, Ina. (2009). *Menggerakkan sektor riil UKM & industri*. Bandung : Afabeta
- Ressa Andari. 2011. Pengaruh Kompetensi Pengusaha, Skala Usaha dan Saluran Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha (Survey Pada Industri Bawang Goreng Di Kabupaten Kuningan). Skripsi UPI Bandung
- Scarborough. M dan Thomas W. Zimmerer (1993:6-7) *Entrepreneurship and Small Enterprise Development Report*
- Septiani, Putri, 2011, Studi Tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Salon Kecantikan Di Surakarta. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Sebelas Maret.
- Sewu, Lindawaty. 2004. *Hukum Bisnis Dalam Perspektif Modern*. Jakarta : PT. Refika Aditama.
- Siagian, Sondang P, 2007 *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara
- Sony Heru, Priyanto. 2009. Mengembangkan Pendidikan Kewirausahaan di Masyarakat. *Andragogia- Jurnal PNFI*, 1(1), pp. 57-82
- Srie Sulastri, Atty. 2008. *Etika Berwirausaha*. Bandung : Grafindo Media Pratama
- Sriyadi. 1991. *Bisnis Pengantar Ilmu Perusahaan Modern*. Semarang: IKIP Press
- Steinboff, Dan & John F, Burgess. 1993. *Small Business Managemen Fundamentals*. New York-USA. McGraw-Hill, Inc.
- Suryana. (2003). *Kewirausahaan*. Jakarta : Salemba Empat
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Penerbit Alfabeta
- Suyatno. (2010). "Peran Pendidikan Modal Sebagai Modal Utama membangun Karakter Bangsa". *Sarasehan Nasional*. 12 Januari 2010
- Tambunan, Tulus. 2002. *Perdagangan Internasional dan Neraca Pembayaran: Teori dan Temuan Empiris*. Jakarta : LP3E
- Tjiptono, Fandy. 2000 *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Winardi, (1995), Teori Struktur Modal, Jurnal Manajemen
- [www.analissusaha.com](http://www.analissusaha.com)
- [www.chaidirritonga.com](http://www.chaidirritonga.com)
- [www.franchise-Indonesia.com](http://www.franchise-Indonesia.com)
- [www.gudono.com](http://www.gudono.com)

[www.industri.kontan.co.id](http://www.industri.kontan.co.id)

[www. Investopedia.com](http://www.Investopedia.com)

[www.konsultanwaralaba.com](http://www.konsultanwaralaba.com)

[www.mesinpercetakan.com](http://www.mesinpercetakan.com)

[www.viewcomputer.wordpress.com/kewirausahaan](http://www.viewcomputer.wordpress.com/kewirausahaan)

[www.waralabaku.com](http://www.waralabaku.com)

Yuyun Wirasmita. 1994. Kewirausahaan : Buku Pegangan Jatinangor : UPT-IKOPIN.

\_\_\_\_\_PP No. 42 tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan EI No.  
12/MDAG/PER/3/2006.