

Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Pada Toko Sembako di Desa Tempuran Trimurjo

Nurma Yunita^{1*}, Iskandar AA²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bandar Lampung, Kota Bandar Lampung,
Provinsi Lampung, Indonesia.

Abstrak. Wirausaha merupakan salah satu pendorong utama yang menentukan maju mundurnya perekonomian, karena dalam bidang wirausaha terdapat kebebasan untuk berkreasi. Banyaknya jumlah pengusaha Toko Sembako membuat harga pun semakin ketat, hal ini dapat berpengaruh terhadap pendapatan pada Toko Sembako di Desa Tempuran. Pembayaran Toko Sembako di Desa Tempuran masih menggunakan sistem manual tanpa komputer, sehingga pelanggan sering antri di kasir untuk melakukan pembayaran. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh perilaku kewirausahaan dan pemasaran terhadap pendapatan pada Toko Sembako di Desa Tempuran Trimurjo. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik usaha Toko Sembako yang berada di Desa Tempuran Trimurjo, dengan jumlah 30 orang. Analisis data menggunakan uji regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara perilaku kewirausahaan terhadap pendapatan pada Toko Sembako di Desa Tempuran Trimurjo. Selain itu, juga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pemasaran terhadap pendapatan pada Toko Sembako di Desa Tempuran Trimurjo. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara perilaku kewirausahaan dan pemasaran terhadap pendapatan pada Toko Sembako di Desa Tempuran Trimurjo.

Kata kunci: Perilaku; Kewirausahaan; Pemasaran, Pendapatan.

Abstract. Entrepreneurship is one of the main driving forces that determine the development and decline of the economy, because in the field of entrepreneurship there is freedom of creativity. The large number of people operating grocery stores means prices are becoming tighter, which could affect Tempuran Village grocery store's earnings. Payment at the Tempuran Village grocery store still uses a manual system, without computers, so customers often line up at the checkout counter to pay. The purpose of this study is to determine the influence of business and marketing behavior on the income of a basic food store in the village of Tempuran Trimurjo. This type of research is quantitative. The population in this study were grocery store business owners in Tempuran Trimurjo Village, with a total of 30 people. Data analysis uses multiple linear regression tests. The results of this research conclude that there is a positive and significant influence between entrepreneurial behavior on income at the basic food shop in Tempuran Trimurjo Village. Apart from that, there is also a positive and significant influence between marketing on income at the basic food shop in Tempuran Trimurjo Village. There is a positive and significant influence between entrepreneurial behavior and marketing on income at the basic food shop in Tempuran Trimurjo Village.

Keywords: Behavior; Entrepreneurship; Marketing; Revenue.

* Author. Email: ynurma892@gmail.com^{1*}, iskandar@ubl.ac.id².

Pendahuluan

Wirausaha merupakan salah satu pilar utama yang memengaruhi perkembangan ekonomi suatu negara. Dalam konteks ini, wirausaha memiliki kebebasan untuk berinovasi dan menciptakan peluang usaha. Ketika seseorang memiliki kemampuan, keinginan, serta kesiapan untuk berwirausaha, hal tersebut berarti individu tersebut memiliki potensi untuk menciptakan lapangan kerja sendiri, tanpa perlu menggantungkan diri pada pihak lain atau perusahaan lain untuk memperoleh pekerjaan. Kewirausahaan merupakan modal pertama yang dimiliki oleh individu, namun untuk mengaplikasikannya dalam kegiatan usaha, hal ini harus tercermin dalam berbagai perilaku yang mencakup sikap dan tindakan yang dibutuhkan dalam dunia bisnis.

Pemasaran, di sisi lain, adalah salah satu kegiatan inti yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjaga kelangsungan hidup, tumbuh, dan mendapatkan keuntungan. Banyak definisi yang diajukan oleh para ahli pemasaran, namun intinya adalah melayani konsumen dan memenuhi kebutuhan mereka dengan produk dan layanan yang dibutuhkan dan diinginkan. William J. Stanton (2014) mendefinisikan pemasaran sebagai sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Pemasaran seringkali dihadapkan pada masalah seperti produk, harga, promosi, dan distribusi, dan bagaimana keempat faktor ini ditentukan akan mempengaruhi pencapaian tujuan yang diinginkan.

Kemampuan wirausaha dalam menghadapi masalah pemasaran menjadi sangat penting untuk kelangsungan usaha yang dijalankan dan pencapaian tujuan yang ditetapkan. Persaingan yang ketat antara pemilik toko sembako menuntut mereka untuk memiliki strategi pemasaran yang efektif guna mempertahankan bisnis mereka. Harga yang ketat akibat banyaknya pemain di pasar sembako dapat berdampak langsung pada pendapatan mereka. Oleh karena itu, pemilik toko sembako harus mampu menyusun strategi pemasaran yang

tepat untuk menarik konsumen dan meningkatkan jumlah pelanggan mereka. Perilaku wirausaha muncul sebagai reaksi atas kebutuhan untuk mempertahankan kelangsungan usaha. Untuk tujuan tersebut, diperlukan perilaku yang mengandung kompetensi yang diperlukan untuk kesuksesan usaha, seperti kemampuan memanfaatkan peluang usaha dan kesiapan mengambil risiko. Strategi pemasaran juga menjadi salah satu faktor kunci dalam kesuksesan penjualan, dan kemampuan wirausaha dalam mengatasi masalah pemasaran sangat penting untuk mencapai tujuan bisnis yang ditetapkan.

Persaingan yang ketat antara pemilik toko sembako mengharuskan mereka memiliki strategi pemasaran yang efektif untuk bertahan dan berkembang. Harga yang kompetitif dan kualitas produk yang baik menjadi faktor kunci dalam menarik konsumen. Untuk menghadapi persaingan yang semakin meningkat, pemilik toko sembako perlu menyusun strategi pemasaran yang efektif untuk menarik konsumen dan meningkatkan jumlah pelanggan.

Salah satu jenis usaha dagang yang berkembang saat ini adalah usaha sembako. Usaha sembako tidak hanya ada di pasar tradisional, melainkan juga di lingkungan rumah. Usaha sembako dapat dijalankan sebagai usaha besar maupun usaha kecil-kecilan untuk meningkatkan perekonomian keluarga. Usaha sembako yang berfungsi sebagai toko pokok maupun toko kecil-kecilan berkontribusi signifikan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti beras, minyak goreng, telur, sikat gigi, pasta gigi, sabun, dan banyak barang lain yang dibutuhkan setiap hari.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh perilaku wirausaha dan pemasaran terhadap pendapatan pada Toko Sembako di Desa Tempuran Trimurjo. Dengan menggali pemahaman lebih dalam mengenai hubungan antara perilaku wirausaha dan strategi pemasaran dengan pendapatan, kita dapat menilai bagaimana faktor-faktor ini berkontribusi pada kesuksesan bisnis toko sembako di lingkungan tersebut. Penelitian ini akan memberikan wawasan yang berharga untuk pemilik toko sembako dan calon wirausaha yang ingin memasuki bisnis ini.

Tinjauan Literatur

Menurut Soegoto (2010), definisi kewirausahaan adalah usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memiliki nilai tambah, memberi manfaat, menciptakan lapangan kerja, dan hasilnya berguna bagi orang. Sementara menurut Usman dalam buku Sumardika (2013), kewirausahaan adalah seseorang yang memiliki kombinasi unsur-unsur internal, termasuk motivasi, visi, komunikasi, dan kemampuan untuk memanfaatkan peluang usaha. Perilaku kewirausahaan adalah tindakan dari kebiasaan yang dipegang teguh oleh seorang individu. Perilaku kewirausahaan adalah sikap yang tidak dapat dipisahkan dalam menjadikan seseorang lebih sukses karena memiliki karakteristik yang berbeda. Sikap ini mencerminkan cara pandang individu terhadap hal-hal yang dihadapinya, seperti rasa takut, kesulitan, cobaan, atau kritikan.

Menurut Kasmir (2018), terdapat beberapa indikator sikap perilaku kewirausahaan yang harus dijalankan oleh pengusaha dan seluruh karyawan, antara lain: kejujuran dalam bertindak, rajin, tepat waktu, dan tidak pemalas, memiliki rasa tanggung jawab, serta pandai bergaul. Rasam dan Sari (2019) mengemukakan bahwa pemasaran adalah faktor krusial dalam pengembangan perusahaan. Pemasaran yang baik dilakukan melalui produk, harga, distribusi, dan promosi. Kurangnya pengetahuan terhadap selera konsumen yang berubah-ubah atau dinamis, serta ketidak-efektifan taktik pemasaran yang diterapkan, dapat berdampak buruk pada pencapaian sasaran pasar.

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan, serta mempertukarkan produk dan jasa serta nilai di antara satu dengan yang lainnya. Pemasaran berperan dalam memenuhi kepuasan pelanggan secara berkelanjutan dan dapat membantu perusahaan mencapai tujuan bisnis mereka. Tujuan berasal pemasaran adalah untuk menarik pelanggan baru dengan membangun produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, menjanjikan nilai

superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif, dan mempertahankan pelanggan yang sudah didapat dengan prinsip kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller yang diterjemahkan oleh Benyamin Molan, bauran pemasaran adalah alat pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Variabel bauran pemasaran terdiri dari produk, harga, promosi, dan tempat.

Pendapatan merupakan unsur penting dalam perekonomian yang berperan dalam meningkatkan derajat hidup individu banyak melalui kegiatan produksi barang dan jasa. Besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaannya. Pendapatan adalah uang yang diterima oleh pekerja atau rumah tangga, baik berupa fisik maupun non-fisik selama ia melakukan pekerjaan pada suatu usaha atau instansi. Pendapatan juga dapat diukur dengan menggunakan konsep pendapatan yang menunjukkan jumlah total uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu. Indikator pendapatan yang dapat dimaksimalkan penerimaan pendapatan suatu usaha, menurut Bramastuti (2009), meliputi penjualan, lama usaha, jam kerja pengusaha, dan inovasi produk.

Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan hubungan sebab-akibat serta pengaruh antara variabel-variabel penelitian guna menyimpulkan temuan. Penelitian kuantitatif ini dilakukan secara sistematis dengan menganalisis bagian-bagian dan fenomena, serta hubungan-hubungannya. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari pemilik usaha Toko Sembako yang berlokasi di Desa Tempuran Trimurjo, yang berjumlah 30 responden. Keseluruhan populasi dijadikan sebagai sampel penelitian, sehingga metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sensus. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis statistik, dengan bantuan perangkat lunak statistik SPSS versi

26.0. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda untuk menguji hubungan antara variabel-variabel penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Deskripsi data dari jawaban responden pada variabel perilaku kewirausahaan menunjukkan bahwa 4 responden (13,3%) menyatakan perilaku kewirausahaan toko sembako di Desa Tempuran Trimurjo masuk dalam kategori sangat baik, 14 responden (46,7%) menyatakan perilaku kewirausahaan tersebut dalam kategori baik, 7 responden (23,3%) menyatakan perilaku kewirausahaan dalam kategori cukup baik, dan 5 responden (16,7%) menyatakan perilaku kewirausahaan dalam kategori tidak baik. Tidak ada responden yang menyatakan perilaku kewirausahaan dalam kategori sangat tidak baik. Dengan demikian, secara dominan, responden menilai bahwa perilaku kewirausahaan toko sembako di Desa Tempuran Trimurjo masuk dalam kategori baik.

Deskripsi data dari jawaban responden pada variabel pemasaran menunjukkan bahwa 5 responden (16,7%) menyatakan pemasaran toko sembako di Desa Tempuran Trimurjo masuk dalam kategori sangat baik, 15 responden (50,0%) menyatakan pemasaran masuk dalam kategori baik, 2 responden (6,7%) menyatakan pemasaran dalam kategori cukup baik, 8 responden (26,7%) menyatakan pemasaran dalam kategori tidak baik, dan tidak ada responden yang menyatakan pemasaran dalam kategori sangat tidak baik. Dengan demikian, secara dominan, responden menilai bahwa pemasaran toko sembako di Desa Tempuran Trimurjo masuk dalam kategori baik.

Deskripsi data dari jawaban responden pada variabel pendapatan menunjukkan bahwa 6 responden (20,0%) menyatakan pendapatan masuk dalam kategori sangat baik, 14 responden (46,7%) menyatakan pendapatan masuk dalam kategori baik, 5 responden (16,7%) menyatakan pendapatan dalam kategori cukup baik, 5 responden (16,7%) menyatakan pendapatan dalam kategori tidak baik, dan tidak ada responden yang memiliki

pendapatan yang masuk dalam kategori sangat tidak baik. Dengan demikian, secara dominan, responden menilai bahwa pendapatan pada toko sembako di Desa Tempuran Trimurjo masuk dalam kategori baik.

Analisis data dengan menggunakan regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui persamaan regresi yang dihasilkan dalam mengestimasi nilai variabel dependen (terikat). Oleh karena itu, diperlukan pembuktian terhadap kebenaran hipotesis yang dirumuskan. Analisis data dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku kewirausahaan dan pemasaran terhadap pendapatan pada Toko Sembako di Desa Tempuran Trimurjo.

Persamaan regresi linear berganda yang didapatkan adalah $Y = 4.284 + 0.696X_1 + 0.269X_2 + \epsilon$. Nilai konstanta (a) sebesar 4.284 menunjukkan nilai konstanta yang positif, artinya apabila perilaku kewirausahaan ditingkatkan dengan baik, pemasaran ditingkatkan dengan baik maka pendapatan akan tetap (konstan) memiliki nilai sebesar 4.284.

Nilai koefisien regresi (b) X_1 adalah sebesar 0.696, mengandung arti jika perilaku kewirausahaan ditingkatkan 1 satuan maka akan meningkatkan nilai pendapatan sebesar 0.696 satuan. Nilai koefisien regresi (b) X_2 adalah sebesar 0.269, mengandung arti jika pemasaran ditingkatkan 1 satuan maka akan meningkatkan nilai pendapatan sebesar 0.269 satuan.

Hasil di atas menunjukkan bahwa koefisien regresi yang paling dominan adalah pada nilai koefisien regresi pemasaran, yang berarti kontribusinya terbesar dalam mempengaruhi pendapatan. Hipotesis parsial untuk mengetahui pengaruh X_1 terhadap Y , X_2 terhadap Y yang dilakukan secara terpisah dengan menggunakan uji t, yaitu membandingkan nilai thitung dengan ttabel pada taraf signifikansi 95% ($\alpha=0,05$). Ketentuannya adalah jika thitung > ttabel maka ada pengaruh, sebaliknya jika thitung < ttabel maka tidak ada pengaruh. Besarnya nilai ttabel pada taraf signifikansi 95% dan df = 30 adalah 1.697.

Tabel 1. Koefisien Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a		t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	
1 (Constant)	4,284	6,416		,668
perilaku_kwrus_x1	,696	,125	,667	,000
pemaaran_X2	,269	,114	,282	,025

a. Dependent Variable: pendapatan_Y

Dari tabel di atas, diperoleh nilai thitung pada variabel perilaku kewirausahaan (X1) sebesar 5.590. Nilai thitung dan ttabel pada taraf signifikansi 95% ($\alpha=0,05$) adalah 1.697. Berdasarkan perbandingan tersebut, maka nilai thitung pada variabel perilaku kewirausahaan adalah lebih besar dari nilai ttabel, dengan taraf signifikansi yaitu nilai sig. $X1=0.00<0.05$.

Dari tabel di atas, diperoleh nilai thitung pada variabel pemasaran (X2) sebesar 2.366. Nilai thitung dan ttabel pada taraf signifikansi 95% ($\alpha=0,05$) adalah 1.697. Berdasarkan perbandingan tersebut, maka nilai thitung pada variabel pemasaran adalah lebih besar dari nilai ttabel, dengan taraf signifikansi yaitu nilai sig. $X2=0.025<0.05$. Sesuai dengan hasil tersebut, maka hipotesis penelitian dapat diterima. Hal tersebut berarti hasil uji parsial perilaku

kewirausahaan (X1) dan pemasaran (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pada Toko Sembako di Desa Tempuran Trimurjo.

Pengujian hipotesis simultan dilakukan untuk melihat pengaruh perilaku kewirausahaan dan pemasaran terhadap pendapatan pada Toko Sembako di Desa Tempuran Trimurjo. Pengujian ini menggunakan Uji F, yang digunakan untuk membandingkan nilai Fhitung dengan Ftabel dengan ketentuan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka Ada pengaruh, sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka Tidak ada pengaruh, dan dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai alpha, ketentuannya jika nilai sig. < 0.05 maka H_a diterima, dan jika sig > 0.05 maka H_a ditolak.

Tabel 2. Hasil Analisis Varians (ANOVA) Regresi Linear Berganda

Model	ANOVA ^a				Sig.
		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	3180,960	2	1590,480	30,811
	Residual	1393,740	27	51,620	
	Total	4574,700	29		

a. Dependent Variable: pendapatan_Y

b. Predictors: (Constant), perilaku_kwrus_x1, pemaaran_X2

Hasil pengujian hipotesis simultan menunjukkan bahwa Fhitung adalah 30.811, dan Ftabel pada $df_1 = 2$, $df_2 = 27$, dengan taraf signifikansi 5% ($\alpha=0.05$) adalah 3.35. Dengan demikian, perbandingan Fhitung dengan Ftabel pada taraf signifikansi 5%, yaitu $30.811 > 3.35$. Berdasarkan perbandingan tersebut, maka Fhitung lebih besar dari Ftabel pada taraf signifikansi 5% ($\alpha=0.05$), dan uji signifikansi menghasilkan nilai sig. $= 0.000 < 0.05$. Dengan demikian, H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh secara bersama-sama antara perilaku kewirausahaan dan pemasaran terhadap Pendapatan pada Toko Sembako di Desa Tempuran Trimurjo.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perilaku Kewirausahaan dan Pemasaran secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap

Pendapatan pada Toko Sembako di Desa Tempuran Trimurjo. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi, diperoleh nilai R^2 (R Square) sebesar 69.5%. Pengaruh tersebut memiliki karakteristik positif, yang berarti pendapatan dipengaruhi secara bersama-sama oleh Perilaku Kewirausahaan dan Pemasaran dengan nilai sebesar 69.5%. Sementara itu, sisanya sebesar 30.5% tidak dipengaruhi oleh Perilaku Kewirausahaan dan Pemasaran, tetapi dapat dipengaruhi oleh berbagai variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kewirausahaan adalah usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memiliki nilai tambah, memberi manfaat, menciptakan lapangan kerja, dan hasilnya berguna bagi orang (Soegoto, 2010). Perilaku Kewirausahaan adalah

tindakan (act) dari kebiasaan atas kebenaran yang diteguhkan. Perilaku Kewirausahaan adalah sikap yang tidak bisa dipisahkan untuk menjadikan lebih sempurna karena memiliki karakteristik yang berbeda. Sikap itu cara pandang atas hal yang dihadapinya, seperti rasa takut, kesulitan, cobaan, kritikan (Rasam dan Sari, 2019).

Pemasaran adalah faktor krusial dalam pengembangan perusahaan. Pemasaran yang baik dilakukan melalui produk (product), harga (price), kawasan atau distribusi (place), serta promosi (promotion). Kurangnya pengetahuan terhadap selera konsumen yang berubah-ubah atau dinamis, serta tidak efektifnya taktik pemasaran yang diterapkan akan berdampak kurang baik pada pencapaian sasaran pasar. Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial di mana individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan membentuk dan saling mempertukarkan produk dan jasa dan nilai antara seseorang dengan yang lainnya. Peranan pemasaran waktu ini tidak hanya memberikan produk atau jasa hingga ke tangan konsumen, tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat menyampaikan kepuasan kepada pelanggan secara berkelanjutan, sehingga laba perusahaan bisa diperoleh dengan terjadinya pembelian yang berulang (Kotler, 2009).

Pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan suatu usaha, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan suatu usaha untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan – kegiatan yang akan dilakukan. Kondisi seseorang dapat diukur dengan menggunakan konsep pendapatan yang menunjukkan jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu (Samuelson dan Nordhaus, 2013). Ada definisi lain mengenai pendapatan yaitu pendapatan dikatakan sebagai keseluruhan penerimaan yang diterima pekerja, buruh, atau rumah tangga, baik berupa fisik maupun non fisik selama ia melakukan pekerjaan pada suatu instansi atau pendapatan selama ia bekerja atau berusaha. Setiap orang yang bekerja akan berusaha untuk memperoleh pendapatan dengan jumlah yang

maksimum agar bisa memenuhi kebutuhan hidupnya (Firdausa, 2013).

Penjelasan di atas sejalan dengan penelitian Wulansari (2014) yang menyimpulkan bahwa perilaku kewirausahaan dan pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pengusaha. Penelitian Tanjung (2018) Berdasarkan hasil analisis penelitian ini diketahui bahwa fungsi perilaku berpengaruh signifikan terhadap pendapatan Palano Jaya Medan. Adanya pengaruh signifikan terhadap pendapatan mengindikasikan bahwa perilaku kewirausahaan dapat menumbuhkan jumlah wirausaha-wirausaha yang berkualitas, membudidayakan sifat, perilaku, semangat kewirausahaan di kalangan masyarakat, meningkatkan kesadaran dan orientasi kewirausahaan yang tangguh, kuat dan kokoh, dan mewujudkan kemauan dan kemandirian wirausahaan. Hasil analisis ini menunjukkan kesesuaian dengan hipotesis penelitian, pendapatan Palano Jaya dipengaruhi oleh kedua variabel yang diteliti, yaitu perilaku kewirausahaan dan pemasaran. Hasil pengujian regresi linear berganda menunjukkan bahwa angka koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.649 atau 64.9%. Hal ini berarti bahwa variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat sebesar 64% sedangkan sisanya 36.1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian ini.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian, dapat disimpulkan:

- 1) Ada pengaruh positif dan signifikan antara Perilaku Kewirausahaan terhadap pendapatan pada Toko Sembako di Desa Tempuran Trimurjo.
- 2) Ada pengaruh positif dan signifikan antara pemasaran terhadap pendapatan pada Toko Sembako di Desa Tempuran Trimurjo.
- 3) Ada pengaruh positif dan signifikan antara Perilaku Kewirausahaan dan pemasaran terhadap pendapatan pada Toko Sembako di Desa Tempuran Trimurjo.

Berdasarkan uraian dari kesimpulan hasil penelitian, beberapa hal dapat disarankan:

- 1) Bagi Pemilik Usaha, diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan prestasi dalam tingkat pendapatan toko, melakukan inovasi-inovasi, kreativitas baru, membuat gebrakan baru untuk memotivasi para pedagang lain yang memiliki perilaku usaha yang baik, tidak melakukan kecurangan, melakukan ekspansi ke luar daerah, dan dapat bersaing secara sehat.
- 2) Bagi Akademisi dan peneliti selanjutnya, dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi untuk kegiatan mengajar atau penelitian selanjutnya. Karena penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan, sehingga penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel dan juga lebih baik lagi.
- 3) Bagi Publik, dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi literasi bahan bacaan sebagai acuan untuk memulai usaha dengan menerapkan perilaku usaha yang baik dan benar, dalam menjalankan usahanya, melakukan strategi pemasaran untuk mendapatkan pendapatan usaha.

Daftar Pustaka

- Anastasia, D., & Setiawati, L. (2017). Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis Standar Akuntansi Keuangan Terbaru. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Andini, NPPP. (2021). "Bab IV Metode Penelitian-Repository Poltekkes Denpasar." Diakses pada 30 November 2022, pukul 08.00. [<http://repository.poltekkesdenpasar.ac.id/7335/5/BAB%20IV%20Metode%20Penelitian.pdf>]
- Danang, Drs. Suyanto. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Center Of Academic Publishing Service, 2014.
- Harahap, Sunarji. (2016). Manajemen Pemasaran. Medan: Febi UIN-SU.
- Kasmir. (2006). Kewirausahaan. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Mardia, M., Hutabarat, M. L. P., Simanjuntak, M., Sipayung, R., Saragih, L., Simarmata, H. M., & Weya, I. (2021). Strategi Pemasaran. Yayasan Kita Menulis.
- Muchlisin, Riadi. (2020). "Populasi dan Sampel Penelitian: Pengertian, Proses, Teknik Pengambilan, dan Rumus." [<https://www.kajianpustaka.com/2020/11/populasi-dan-sampel-penelitian.html>]
- Siadari, Coki. (2021). "Pengertian Pendapatan Menurut Para Ahli." [<https://www.kumpulanpengertian.com/2020/03/pengertian-pendapatan-menurut-para-ahli.html>]
- Sibarani, F. H. (2020). Pengaruh Perilaku Wirausaha dan Kompetensi Pemasaran terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Pakaian di Kota Medan.
- Sunarji Harahap. (2016). Manajemen Pemasaran. Medan: Febi UIN-SU.
- Tanjung, K. R. (2018). Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Pemasaran terhadap Pendapatan Usaha Fotocopy Palano Jaya Medan Helvetia (Disertasi doktor, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan).
- Tokopedia, PT. (2009-2022). "Definisi Pendapatan." [<https://kamus.tokopedia.com/p/pendapatan/>]
- Veronica Etha Pinem. (2010). Pengaruh Perilaku Kewirausahaan terhadap Kemandirian Pribadi. Universitas Sumatera Utara.