

Hubungan Motivasi Usaha Dengan Keberhasilan Usaha Pada UMKM Cirengcageur Group Kota Bogor

Chintia¹, Dwi Gemina², Tini Kartini³

Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Djuanda Bogor

¹chintiamei13@gmail.com. ²dwigemina@gmail.com. ³tini.kartini@gmail.com.

Abstract

This research aims to determine and identify the relationship between business motivation and business success, both simultaneously and partially, in the micro, small and medium enterprises of the Cireng Cageur Group, Bogor City. Questionnaires were distributed to 35 business actors taken using the Nonprobability Sampling Technique. The analytical method used in this research is descriptive and associative method. The results of this research show that the correlation or relationship between the independent variable, namely business motivation (X) and the dependent variable, namely business success (Y), has a strong and positive correlation (0.60 - 0.799). This means that the higher the business motivation, the better the business success. According to research conducted by Gemina et al (2016), business motivation has a relationship with business success of 0.689, providing a strong and positive correlation.

Keywords: business motivation, success of micro, small and medium enterprises.

Abstrak

Usaha Kecil Menengah (UMKM) merupakan suatu unit usaha yang berfungsi sebagai katup pengaman, baik dalam menyediakan alternatif kegiatan usaha produktif, alternatif penyaluran kredit, maupun dalam hal penyerapan tenaga kerja. Dalam mengukur keberhasilan usaha tentunya dibuktikan oleh adanya ide-ide inovatif yang dapat membantu memotivasi keberhasilan usaha. Motivasi usaha juga menjadi pendorong keberhasilan usaha, sehingga dalam berwirausaha seseorang akan termotivasi untuk mendapatkan keuntungan berupa laba, peluang usaha, dan kemandirian untuk mengendalikan nasib usahanya sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengidentifikasi hubungan motivasi usaha dengan keberhasilan usaha baik secara simultan maupun parsial pada Usaha Kecil Mikro Menengah Cireng Cageur Group Kota Bogor. Kuesioner didistribusikan kepada 35 pelaku usaha yang diambil dengan Teknik *Nonprobability Sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan asosiatif. Hasil penelitian ini menunjukkan korelasi atau hubungan dari variable independent yaitu motivasi usaha dengan variable dependen yaitu keberhasilan usaha memiliki korelasi yang kuat dan positif (0,60 – 0,799). Artinya semakin tinggi motivasi usaha maka semakin baik keberhasilan usaha.

Kata Kunci : Motivasi usaha, keberhasilan usaha mikro kecil menengah.

1. Pendahuluan

Bertambahnya pesaing membuat para pelaku usaha UMKM memiliki tingkat keberhasilan yang berbeda-beda. Perkembangan UMKM di Indonesia cenderung mengalami peningkatan UMKM disetiap tahunnya. Jawa Barat sebagai salah satu provinsi yang memilih komitmen besar terhadap perkembangan UMKM terus melakukan Upaya melalui kegiatan wirausaha. Peningkatan jumlah kontribusi UMKM di Jawa Barat juga mempengaruhi Peningkatan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dari tahun 2018 – 2020, yaitu rata-rata kenaikan sebesar 3,94%. Namun, saat terjadi pandemic Covid-19 beberapa sektor UMKM terganggu sebagaimana yang disebutkan oleh data Bada Pusat Statistkik (BPS) yaitu sektor industry, jasa Perusahaan, dan akomodasi. Begitu pula pada pertumbuhan PDRB Kota Bogor, yang dapat dilihat dari Bada Pusat Statistik Jawa Barat yaitu PDRB per-kapita atas dasar harga konstan cenderung mengalami perlambatan dibandingkan PDRB per-kapita atas dasar harga berlaku.

Selain itu Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bogor tahun 2020 juga mengalami penurunan saat Covid-19, yaitu penurunan sebesar 55% atau sebesar Rp. 200 M dari sebelumnya sebesar Rp 316M yang dapat dilihat dari data Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Barat 2023. Untuk terus mempertahankan pertumbuhan stabilitas ekonomi, pemerintah selalu memberikan peluang kepada para pelaku UMKM agar dapat mencapai target keberhasilan usahanya. Keberhasilan usaha ialah keadaan yang menjelaskan keadaan lebih baik dari pada sebelumnya [1]

Salah satu bisnis UMKM di Kota Bogor ialah Cireng Cageur Group Kota Bogor. Setiap UMKM memiliki setidaknya target dan harapan dalam menentukan tingkat keberhasilannya. Begitu pula Cireng Cageur Group, pada rekapitulasi target penjualan Cireng Cageur Group diketahui terdapat 66,66% dari hasil rata-rata, sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut belum mencapai target Cireng Cageur Group.

Keberhasilan usaha sejatinya biisa di dapat degan adanya motivasi usaha. Sebagaimana menurut [2] yang menjelaskan bahwa motivasi usaha adalah suatu keadaan dalam berusaha seoptimal mungkin dalam mencapai tujuan organisasi yang dipengaruhi oleh kemampuan usaha untuk memuaskan beberapa

kebutuhan individu dan indicator motivasi usaha yang meliputi laba kebebasan, Impian personal, dan kemandirian. Sebagaimana presurvey yang telah dilakukan, yaitu ada sebesar 70% mayoritas pelaku usaha Cireng Cageur Group memiliki motivasi usaha nya, dan 30% masih memiliki motivasi rendah dalam Impian personalnya. Sedangkan pada hasil presurvey keberhasilan usaha ada sebesar 57% mayoritas pelaku usaha dapat menyerap tenaga kerja dan memiliki standar BPOM, sedangkan 43% pelaku usaha beriwusaha sesuai dengan ketentuan.

2. Metode Penelitian

2.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif dan asosiatif. Deskriptif merupakan penelitian yang berkaitan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, bak satu variabel atau lebih. Sedangkan asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih[3].

2.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM Cireng Cageur Group Kota Bogor sebanyak 35 orang. Sedangkan sampel ialah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, dengan ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai dengan 500 sampel [3]

Maka, penelitian ini menggunakan 35 sampel. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sampel jenuh dengan arti jika ditambah jumlahnya tidak akan menambah keterwakilan sehingga tidak akan mempengaruhi nilai informasi yang telah diperoleh.[3]

2.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada pemilik usaha UMKM Cireng Cageur Group, dengan sumber data berupa data primer yang diambil dari hasil pengisian kuesioner dan data sekunder yang diambil dari sumber kepustakaan, hasil penelitian maupun media elektronik.

2.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka tujuan penelitian. Metode-metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, observasi, dan wawancara kepada para pelaku UMKM Cireng Cageur Group Kota Bogor.

2.5 Analisis Deskriptif

Pada penelitian ini digunakan suatu instrument penelitian berupa kuesioner dengan menggunakan skala pengukuran yaitu skala Likert. Menurut Sugiyono [3] mengatakan bahwa skala likert merupakan skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial atau yang disebut sebagai variabel penelitian.

Tabel 1 Penilaian Kuesioner

Bobot Nilai	Jawaban Responden
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Ragu-ragu (RG)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

Sumber: Sugiyono (2018:93)

Berdasarkan hasil perhitungan Panjang kelas interval tersebut diperoleh kriteria penilaian pada tabel ini.

Tabel 2 Rentang Skala Interval dan Nilai Interpretasi

Kelas Interval	Nilai Interpretasi	Kriteria Penilaian Motivasi Usaha	Kriteria Penilaian Keberhasilan Usaha
I	1,00- 1,80	Sangat Tidak Baik (STB)	Sangat Tidak Baik (STB)
II	1,81- 2,60	Tidak Baik (TB)	Tidak Baik (TB)
III	1,81- 3,40	Ragu-ragu (R)	Ragu-ragu (R)
IV	3,41- 4,20	Baik (B)	Baik (B)
V	4,21- 5,00	Sangat Baik (SB)	Sangat Baik (SB)

Sumber: Data diolah (2021)

2.6 Metode Pengujian Instrumen

Untuk penelitian dengan menggunakan data primer dengan menggunakan kuesioner penelitian, sebelum dilakukan analisis data berupa uji validitas dan realibilitas, kuesioner yang meliputi hubungan motivasi usaha dengan keberhasilan usaha pada UMKM Cireng Cageur Group di Kota Bogor untuk mengumpulkan data tidak valid reliable, maka

kesimpulan yang dihasilkan dalam uji hipotesis menjadi salah.

2.6.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono [3] uji validitas berguna mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan. Dikatakan valid apabila instrumen tersebut mengukur apa yang hendak diukur.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Motivasi Usaha (X)

Variabel	Indikator	Correlations (r _{hitung})	Ketetapan (r _{tabel})	Keterangan
Motivasi Usaha (X)	X.1	0,609	0,3	Valid
	X.2	0,588	0,3	Valid
	X.3	0,349	0,3	Valid
	X.4	0,660	0,3	Valid
	X.5	0,466	0,3	Valid
	X.6	0,603	0,3	Valid
	X.7	0,587	0,3	Valid
	X.8	0,431	0,3	Valid

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 22, 2021

Berdasarkan Tabel 3. hasil pengujian validitas variabel Motivasi Usaha (X) menunjukkan bahwa ke-8 indikator tersebut dinyatakan valid karena memiliki

nilai korelasi yang sesuai dengan nilai ketetapan yaitu jika rhitung lebih besar atau sama dengan rtabel maka dinyatakan valid.

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Keberhasilan Usaha (Y)

Variabel	Indikator	Correlations (<i>r</i> _{hitung})	Ketetapan (<i>r</i> _{tabel})	Keterangan
Keberhasilan Usaha (Y)	Y.1	0,832	0,3	Valid
	Y.2	0,653	0,3	Valid
	Y.3	0,509	0,3	Valid
	Y.4	0,456	0,3	Valid
	Y.5	0,786	0,3	Valid
	Y.6	0,646	0,3	Valid
	Y.7	0,646	0,3	Valid
	Y.8	0,544	0,3	Valid
	Y.9	0,375	0,3	Valid
	Y.10	0,445	0,3	Valid
	Y.11	0,480	0,3	Valid
	Y.12	0,504	0,3	Valid

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS 22, 2021

Berdasarkan Tabel 4 hasil pengujian validitas variabel Keberhasilan Usaha (Y) menunjukkan bahwa ke-12 indikator tersebut dinyatakan valid karena memiliki nilai korelasi yang sesuai dengan nilai ketetapan yaitu jika rhitung lebih besar atau sama dengan rtabel maka dinyatakan valid.

2.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono [3] mendefinisikan bahwa instrument yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang

sama akan menghasilkan data yang lebih sama. Reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakanobyek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Rumus yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah Teknik *Cronbach Alpha*. [4]

Untuk mengukur konsistensi interval penggunaan instrument digunakan *Cronbach Alpha*, untuk mengetahui variabel dikatakan reliabel dengan rata-rata nilai sebesar 0,6 atau lebih dan dikatakan tidak reliabel apabila hasil rata-rata nilai < 0,6.

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

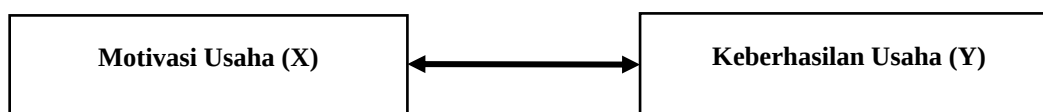
Variabel	Cronbach's Alpha	Ketetapan(α)	Keterangan
Motivasi Usaha (X)	0,616	0,6	Reliabel
Keberhasilan Usaha(Y)	0,824	0,6	Reliabel

Sumber : Output Pengolahan Data SPSS 22, 2021

Berdasarkan Tabel 5 tersebut dapat dilihat bahwa masing-masing variabel menunjukkan nilai ketetapan *Cronbach Alpha* $\geq 0,6$. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh indikator dalam setiap variabel tersebut dinyatakan reliabel.

2.6.3 Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan anatar variabel independent terhadap variabel dependen. [3]



Gambar 1 Model Hubungan Antar Variabel

Berikut merupakan tabel yang digunakan untuk memberikan penafsiran terhadap korelasi yang

ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan pada Tabel 6 berikut ini

Tabel 6 Pedoman Untuk Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00- 0,199	Sangat Rendah
0,20- 0,399	Rendah
0,40- 0,599	Sedang
0,50- 0,799	Kuat
0,80- 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2018:248)

3. Hasil Dan Pembahasan

3.1 Rekapitulasi Karakteristik Pelaku Usaha

Tabel 1 Rekapitulasi Karakteristik Pelaku Usaha Cireng Cageur Group Bogor

No	Karakteristik	Ciri – Ciri	Jumlah	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Laki – Laki	31	89
2	Usia	36-45 Tahun	18	52
3	Pendidikan Terakhir	SMA/Sederajat	24	69
4	Lama Usaha	5-7 tahun	26	72
5	Omset per Tahun	<Rp300 Juta	35	89
6	Tenaga Kerja	Kurang dari 5 Orang	31	88

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa mayoritas pelaku usaha adalah laki-laki dengan jumlah 31 orang atau 89%, dengan usia 36-45 tahun sebanyak 18 orang atau 52%, dengan pendidikan tamat SMA/Sederajat sebanyak 24 orang atau 69%, dengan

lama usaha 5-7 tahun sebanyak 26 orang atau 72%, dengan jumlah omset yang didapatkan pertahun <Rp300.000.000 sebanyak 31 orang atau 89% dan memiliki tenaga kerja < 5orang sebanyak 31 orang atau 88%.

3.2 Tanggapan Pelaku Usaha Pada UMKM Cireng Cageur Group

Tabel 8 Rekapitulasi Penilaian Variabel Motivasi Usaha (X)

No	Uraian	Nilai	Kriteria	Interpretasi
1	Besarnya laba dapat ditentukan oleh pengusaha	4,03	Tinggi	Pelaku usaha memiliki kebebasan yang tinggi dalam menentukan besarnya laba yang diharapkan oleh pelaku usaha sesuai dengan kemampuannya.
2	Dengan berwirausaha pengusaha dapat keuntungan yang diterima	4,17	Tinggi	Pelaku usaha meyakini akan mendapat keuntungan jika memiliki motivasi tinggi dalam menjalankan usahanya.
	Pengusaha dapat memperoleh kebebasan dalam mengatur usahanya	4,14	Tinggi	Pelaku usaha memiliki kebebasan yang tinggi dalam mengatur produksi, manajemen dan mengevaluasi tanpa adanya intervensi dari pihak lain.

4	Pengusaha dalam menjalankan usahanya bebas mencapai standar hidup yang diharapkan sesuai dengan impiannya	2,54	Rendah	Pelaku usaha memiliki motivasi rendah dalam penentuan impiannya. Prinsip pelaku usaha, usaha yang dijalankan mampu memenuhi kebutuhan sehari hari untuk bertahan hidup.
5	Kemajuan perusahaan memberikan semangat pada pengusaha untuk lebih giat bekerja	2,51	Rendah	Bagi pelaku usaha kemajuan perusahaan dirasa masih rendah terbukti dengan belum tercapainya target penjualan. Penjualan berdampak pada rendahnya motivasi para pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya.
6	Pengakuan dari mitra usaha membuat pengusaha lebih giat bekerja	3,34	Cukup	Apresiasi terhadap produk yang dihasilkan pada sebagian UMKM cukup menjadikan motivasi para pelaku usaha untuk terus mempertahankan kualitas produknya agar terus dapat diterima oleh konsumennya.
7	Pengusaha memiliki rasa bangga karena dapat mandiri dalam segala hal seperti pengelolaan manajemen	4,11	Tinggi	Para pelaku usaha dengan motivasi yang tinggi mampu mendorong dirinya untuk mengelola usahanya dengan mandiri.
8	Tanggung jawab seorang pengusaha dalam memotivasi dirinya dalam bekerja	4,43	Sangat Tinggi	Para pelaku usaha memiliki motivasi yang sangat tinggi terhadap semua pekerjaan yang dijalani.
Rata-rata		3,67	Tinggi	Mayoritas pelaku usaha mempunyai motivasi yang sangat tinggi yang ditunjukkan dengan adanya tanggung jawab tetapi pelaku usaha masih memiliki motivasi yang rendah dalam impian personal.

Berdasarkan Tabel 8 hasil rekapitulasi menyatakan bahwa tanggapan pelaku usaha terhadap motivasi usaha memiliki nilai rata-rata penilaian sebesar 3,67 dengan kategori tinggi, hal ini menunjukkan bahwa para pelaku usaha mempunyai motivasi yang tinggi dalam menjalankan usahanya. Pada instrument tanggung jawab seorang pengusaha dalam memotivasi dirinya dalam bekerja dengan nilai tertinggi yaitu sebesar 4,43 dengan kategori sangat

tinggi, hal ini menunjukkan bahwa para pelaku usaha memiliki motivasi yang sangat tinggi terhadap semua pekerjaan yang dijalani dan kemajuan perusahaan memberikan semangat pada pengusaha lebih giat bekerja dengan nilai terendah yaitu sebesar 2,51 dengan kategorirendah, hal ini menunjukkan bahwa sepiunya pesanan berdampak pada rendahnya motivasi para pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya.

Tabel 9 Rekapitulasi Penilaian Variabel Keberhasilan Usaha

No	Uraian	Nilai	Kriteria	Interpretasi
1	Pengusaha memiliki kemampuan dan keberanian dalam menjalankan usahanya	3,63	Baik	Pelaku usaha mempunyai kemampuan dan keberanian untuk berwirausaha dengan segala konsekuensi yang akan dihadapinya.
2	Pengusaha memiliki kemampuan dan keberanian untuk mengimplementasikan gagasan pada usahanya	3,94	Baik	Dengan memiliki keberanian untuk mengimplementasikan gagasannya hal ini dapat mempengaruhi keberhasilan usaha pada usahanya.

3	Pengusaha dalam melaksanakan usahanya memanfaatkan waktu yang efektif dan efisien agar memenuhi target yang di tetapkan	4,03	Baik	Dengan memanfaatkan waktu yang efektif dan efisien merupakan salah satu hal yang dapat membuat usahanya berhasil
4	Dalam proses produksi pengusaha memanfaatkan waktu agar hasil produk optimal yang dicapai dengan yang penggunaan sumber yang terbatas	3,60	Baik	Pelaku usaha mampu dengan baik memanfaatkan waktu untuk membuat produk yang optimal dengan penggunaan sumber yang terbatas.
5	Pengusaha melakukan pengelolaan biaya yang sistematis, realistis, fleksibel dan kontinu	3,71	Baik	Pelaku usaha dengan baik melakukan pengelolaan biaya yang sistematis, realistis dan fleksibel
6	Pengusaha realisme dalam menjalankan usahanya	4,14	Baik	Pelaku usaha dengan baik menjalankan usahanya dengan realistis sesuai dengan kondisi sekitarnya.
7	Dalam menjalankan usaha pengusaha melalui suatu proses sehingga dapat menjadi maju	3,74	Baik	Pelaku usaha dengan baik melewati proses untuk mampu bertahan sampai dengan sekarang.
8	Pengusaha mencapai keberhasilan tentunya sesuai dengan bidang keahliannya dan pengetahuannya	4,20	Baik	Para pelaku usaha dengan sangat baik mencapai keberhasilan usahanya dengan bidang keahliannya dan pengetahuannya.
9	UMKM ikut serta dalam menyerap tenaga kerja	4,69	Sangat Baik	Pelaku usaha membuka lapangan pekerjaan disekitar lingkungannya sehingg mampu menyerap tenaga kerja.
10	Dalam menjalankan usaha UMKM menciptakan nilai nila degan mewujudkan etos kerja dilingkungan usahanya	4,09	Baik	Para pelaku usaha menerapkan etos kerja untuk membuat dirinya dan karyawan disiplin dalam melakukan pekerjaannya.
11	UMKM memiliki kualitas barang yang diproduksi	4,29	Baik	Para pelaku usaha dengan baik menentukan kualitas produknya untuk dapat memuaskan keinginan konsumen.
12	UMKM menentukan standar dari produk yang disediakan seperti BPOM	4,23	Sangat Baik	Para pelaku usaha dengan sangat baik menentukan standar sesuai dengan BPOM aman dikonsumsi.
Rata-rata		3,99	Baik	Mayoritas para pelaku usaha mampu menyerap tenaga kerja, mempunyai standar sesuai dengan BPOM dan para pelaku usaha berwirausaha sesuai dengan keahliannya.

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 9 hasil rekapitulasi menyatakan bahwa tanggapan pelaku usaha terhadap keberhasilan usaha memiliki nilai rata-rata penilaian sebesar 3,99 dengan kategori baik. Pada instrument UMKM ikut serta dalam menyerap tenaga kerja dengan nilai tertinggi yaitu sebesar 4,69 dengan kategori sangat baik, hal ini menunjukkan bahwa para pelaku usaha

mampu membuka lapangan pekerjaan di sekitar lokasi usahanya. Instrument dalam proses produksi pengusaha memanfaatkan waktu agar hasil produk optimal yang dicapai dengan yang penggunaan sumber yang terbatas memiliki nilai rata-rata 3,60 dengan kategori baik, hal ini menunjukkan bahwa

pelaku usaha masih kesulitan menghasilkan produk yang optimal dengan sumber yang terbatas.

4. Analisis Korelasi Motivasi Usaha dengan Keberhasilan Usaha

Besarnya korelasi atau hubungan antara variabel independen yaitu motivasi usaha (X) dengan variabel

dependen keberhasilan usaha (Y) adalah dengan melihat nilai R. Dengan menggunakan analisis korelasi untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel motivasi usaha dengan keberhasilan usaha menggunakan uji analisis korelasi pelaku usaha sebanyak 35 orang :

Tabel 10 Hasil Korelasi Pearson Menggunakan SPSS 22

		Motivasi Usaha	Keberhasilan Usaha
Motivasi Usaha	Pearson Correlation	1	,716**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	35	35
Keberhasilan Usaha	Pearson Correlation	,716**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	35	35

Sumber : Output Pengolahan Data SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 10 tersebut hasil perhitungan statistik tersebut dapat diketahui nilai R sebesar 0,716 yang menunjukkan korelasi atau hubungan dari variabel independen yaitu motivasi usaha (X) dengan variabel dependen yaitu keberhasilan usaha (Y) memiliki korelasi yang kuat dan positif (0,60 – 0,799). Artinya semakin tinggi motivasi usaha maka semakin baik keberhasilan usaha. Sesuai penelitian yang dilakukan oleh Gemina dkk (2019)[5] bahwa motivasi usaha memiliki hubungan dengan keberhasilan usaha sebesar 0,689 memberikan korelasi kuat dan positif.

4. Kesimpulan

4.1 Tanggapan Pelaku Usaha Terhadap Motivasi Usaha Dengan Keberhasilan Usaha

Motivasi Usaha Pada UMKM Cireng Cageur Group Bogor Pelaku usaha terhadap motivasi usaha memiliki nilai rata-rata penilaian sebesar 3,67 dengan kategori baik, hal ini menunjukkan bahwa para pelaku usaha mempunyai motivasi yang tinggi dalam menjalankan usahanya. Pada instrument tanggung jawab seorang dalam memotivasi dirinya dalam bekerja dengan nilai tertinggi yaitu sebesar 4,43

dengan kategori sangat tinggi, hal ini menunjukkan bahwa para pelaku usaha memiliki motivasi yang sangat tinggi terhadap semua pekerjaan yang dijalani dan kemajuan perusahaan memberikan semangat pengusaha lebih giat bekerja dengan nilai terendah yaitu sebesar 2,51 dengan kategori rendah, hal ini menunjukkan bahwa sepiunya pesanan berdampak pada rendahnya motivasi para pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya.

4.2 Keberhasilan Usaha Pada UMKM Cireng Cageur Group Bogor

Pelaku usaha terhadap keberhasilan usaha memiliki nilai rata-rata penilaian sebesar 3,99 dengan kategori baik. Pada instrument UMKM ikut serta dalam menyerap tenaga kerja dengan nilai tertinggi yaitu sebesar 4,69 dengan kategori sangat baik, hal ini menunjukkan bahwa para pelaku usaha mampu membuka lapangan pekerjaan di sekitar lokasi usahanya. Tetapi pelaku usaha masih kesulitan menghasilkan produk yang optimal dengan sumber yang terbatas.

Hasil Analisis Korelasi, motivasi usaha masalah hubungan positif dan kuat dengan keberhasilan usaha UMKM Cireng Cageur Group Bogor.

Daftar Rujukan

- [1] Suryana and K. Bayu, *Kewirausahaan*. Jakarta: Kencana Pranada Media Grup, 2013.
- [2] L. Saiman, *Kewirausahaan Teori Praktek dan Kasus-kasus*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- [3] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Yogyakarta: ALFABETA, 2018.
- [4] L. . Sinambela, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara, 2018.
- [5] D. Gemina and A. Ginanjar, “Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah Makanan Kabupaten Cianjur Berbasis Komitmen Kompetensi dan Motivasi Usaha,” *J. Visionida*, vol. 5, no. 2, pp. 1–12, 2019, [Online]. Available: <https://doi.org/10.30997/jvs.v5i2.2201>