

## ANALISIS MOTIVASI DAN INOVASI TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA PADA AYAM BAKAR PENYET PALAPA DI KLAMBIR V DELI SERDANG

Yana Diana, SE., M.Si

yanadiana70@yahoo.com -085296455570

Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Sosial Sains - Universitas Pembangunan Pancabudi

### ABSTRAK

Perkembangan bisnis di masa pandemi saat ini sangatlah membutuhkan strategi yang efektif serta dinamis untuk memberikan dampak positif dalam menjalankan aktivitas usaha yang ada maka dengan terciptanya langkah efektif sesuai dengan yang diharapkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Motivasi dan Inovasi Terhadap Perkembangan Usaha Pada Ayam Bakar Penyet Palapa Di Klambir V Deli Serdang. Analisis yang digunakan yaitu analisis asosiatif, metode penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah owner dan karyawan ayam bakar penyet Palapa Di Kelambir V Deli Serdang yang berjumlah 39 orang. Metode penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan metode Nonprobability Sampling dengan teknik Sensus Sampling. Maka sampel dalam penelitian ini yaitu berjumlah 39 responden yaitu 2 orang owner dan 37 karyawan. Hasil yang di dapat dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Motivasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Usaha (Nilai t hitung Motivasi sebesar  $6,464 > t$  tabel  $1,68$  ( $n-k=39-3=36$  pada  $0,05/5\%$ ) dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ ), 2) Inovasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Usaha (Nilai t hitung Inovasi sebesar  $3,701 > t$  tabel  $1,68$  ( $n-k=39-3=36$  pada  $0,05/5\%$ ) dan signifikansi  $0,001 < 0,05$ ), 3) Motivasi dan Inovasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Usaha (Nilai uji f menghasilkan fhitung  $88,420 > f$  tabel  $2,87$  ( $n-k-1$  pada  $k=39-3-1=35$  pada  $3$ ) dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ ). Nilai Adjusted r square  $0,821$  dapat disebut koefisien determinasi, hal ini berarti  $0,821$  ( $82,1\%$ ) Perkembangan Usaha dapat diperoleh dan di jelaskan oleh Motivasi dan Inovasi sedangkan sisanya sebesar  $17,9\%$  dijelaskan oleh variabel diluar model yang tidak diteliti.

**Kata Kunci:** *Motivasi, Inovasi, dan Perkembangan Usaha*

### I. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di masa pandemi saat ini sangatlah membutuhkan strategi yang efektif serta dinamis untuk memberikan dampak positif dalam menjalankan aktivitas usaha yang ada maka dengan terciptanya langkah efektif sesuai dengan yang diharapkan akan sangat membantu para wirausaha membangun bisnis yang potensial dalam menghadapi tantangan yang muncul saat ini dimana kondisi perekonomian masyarakat tentunya tidak stabil karena berbagai faktor seperti banyaknya pengangguran, gaji dipotong, insentif pekerjaan yang tidak keluar hal ini akan menjadi efek pada minat masyarakat untuk dapat berbelanja dan membeli barang kebutuhan sesuai yang diperlukan sehari-hari.

Tentunya dengan terjadinya perubahan pada pendapatan setiap masyarakat akan menjadikan masyarakat itu sendiri lebih over

protektif terhadap barang apapun yang akan dibeli dan dikonsumsi hal ini juga menjadi efek buruk bagi para pelaku usaha yang menjual barang, produk dan makanan sebagai kebutuhan konsumsi masyarakat, dengan adanya paradigma fenomena seperti ini maka setiap pelaku usaha tentunya diwajibkan memiliki langkah-langkah yang strategi mendukung meningkatnya penjualan serta menciptakan rasa minat masyarakat untuk dapat membeli produk/barang yang dijual sesuai dengan kondisi dan keadaan di masa pandemi saat ini akan sangat membantu memberikan kemudahan serta mewujudkan keinginan masyarakat untuk dapat mengkonsumsi barang/produk tersebut, maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan riset lebih lanjut terhadap beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha diantaranya adalah motivasi dan inovasi yang dapat dilakukan oleh para pelaku bisnis untuk dapat

meningkatkan kapasitas penjualan dimasa pandemic. Penelitian ini difokuskan untuk menilai faktor pendorong perkembangan usaha pada ayam bakar penyet Palapa yang berada di Jalan Kelambir V Deli Serdang. terkait Motivasi terdapat beberapa permasalahan diantaranya adalah beberapa karyawan berpendapat bahwa belum berani mengambil resiko dalam menjalankan pekerjaan berfokus pada zona nyamannya sehingga hanya memikirkan gaji dalam sebulan yang diberikan tanpa andil membantu perkembangan usaha tersebut.

Selanjutnya beberapa karyawan berpendapat bahwa belum memiliki kepercayaan terhadap rekan kerja yang ada hal ini disebabkan masih adanya rasa ego serta iri hati dalam bekerja yang sebenarnya akan sangat merugikan usaha itu sendiri ego dan iri hati disini terjadi karena masih adanya beberapa karyawan yang dianggap bekerja keras pada saat benar-benar diawasi oleh *owner* sehingga karyawan lainnya beranggapan bahwa karyawan tersebut mencari muka, selanjutnya adalah beberapa karyawan berpendapat bahwa belum mampu membangun *teamwork* yang baik dalam menciptakan perkembangan usaha yang signifikan karyawan beranggapan bahwa tugas pokok mereka adalah melayani para konsumen yang datang, hal ini perlu adanya suatu inovasi yang efektif untuk dapat mengelola usaha dengan baik dalam jangka panjang.

Terkait Inovasi terdapat beberapa permasalahan diantaranya adalah karyawan berpendapat belum mampu memberikan pelayanan sesuai dengan yang diharapkan hal ini dikarenakan konsumen sering mengeluh terhadap lamanya proses pembayaran di kasir yang menggunakan program transaksi model lama sehingga owner perlu mengupgrde mesin kasir untuk kemudahan transaksi akhir konsumen, selanjutnya karyawan belum mampu menjalankan strategi yang diberikan oleh atasan dan lambat seperti belum sigap pada proses layanan secara langsung ketika konsumen datang, serta koordinasi harus tetap terjaga sesama rekan kerja sehingga pesanan yang dihidangkan masih minim kesalahan.

**Data Pendapatan Ayam Bakar Penyet Palapa  
2018- 2021**

N o	Tahun	Jumlah Pendapatan (Rp)
1	2018	Rp.115.540.000
2	2019	Rp.123.430.000

3	2020	Rp.74.321.000
4	2021	Rp.234.327.000
TOTAL		Rp.547.618.000

Sumber: *Owner Ayam Bakar Penyet Palapa (2021)*

Berdasarkan Tabel diatas dilihat jumlah pendapatan/laba kotor yang dihasilkan dalam 4 tahun terakhir, dilihat pendapatan tertinggi berada pada pada tahun 2021, adapun jumlah pendapatan pada tahun 2020 mengalami penurunan yang signifikan dari tahun sebelumnya, disebabkan karena adanya pandemi covid-19 yang melanda Indonesia sehingga dalam 2 tahun terakhir pemerintah menerapkan beberapa aturan-aturan penting terhadap pembatasan jam operasional usaha, serta pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) dalam memutus mata rantai covid-19 yang setiap bulannya meningkat.

Terdapat permasalahan yang penting selanjutnya adalah minimnya menu makanan pada ayam bakar penyet Palapa yang hanya menyediakan menu ayam dibakar dan penyet saja, sehingga perlu adanya penambahan menu makan agar memberikan varian yang berbeda pada konsumen yang datang sehingga tidak bosan dengan menu yang sedikit hal ini mengindikasikan perlu adanya inovasi pada menu. Berdasarkan beberapa fenomena serta permasalahan di atas maka peneliti tertarik melaksanakan riset dengan judul “Analisis Motivasi Dan Inovasi Terhadap Perkembangan Usaha Pada Ayam Bakar Penyet Palapa Di Kelambir V Deli Serdang”.

## II. LANDASAN TEORI

### 1. Perkembangan Usaha

Variabel Perkembangan Usaha Pengertian Perkembangan Usaha Menurut Hertia (2018), Pengembangan usaha adalah jumlah seluruh kegiatan yang diorganisir oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki kualitas hidup mereka. Perkembangan usaha ialah suatu jenis perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisir untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Ariyanti, 2018). Menurut Nitisusanro (2013) Pengembangan usaha merupakan upaya yang dilakukan oleh pemerintah pemerintah daerah, masyarakat, dan stakeholder lainnya untuk

memberdayakan suatu usaha melalui pemberian fasilitas, bimbingan endampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing sebuah usaha.

*a. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha*

Menurut Subroto (2016), ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha diantaranya adalah:

1) Faktor Inovasi

Meneliti jenis usaha baru dengan penekanan pada mengidentifikasi kesenjangan (yang ada dan / atau diharapkan) oleh konsumen.

a) Menciptakan pasar baru.

b) Menciptakan produk baru dengan karakteristik yang menarik konsumen.

2) Faktor Manajemen Pemasaran

a) Menembus dan menguasai pangsa pasar

b) Mengolah situasi / peluang pasar yang ada dengan teliti.

c) Memasarkan produk dengan jaringan yang luas seperti impor produk ke luar negeri.

d) Membuat strategi pemasaran yang dapat membuat konsumen membeli produk kita, seperti memasang iklan, brosur, dan lain-lain.

3) Faktor Penjualan

a) Memberikan saran tentang perencanaan dan menegakkan kebijakan penjualan dan proses tidak lanjut penjualan.

b) Banyak volume produk yang akan dijual.

4) Faktor Keuangan

Pengelolaan yang masih tradisional dan juga keterbatasan permodalan menjadi aspek keuangan klasik bagi UMKM yang menghambat perkembangan UMKM itu sendiri.

5) Faktor Socio-Kultural

UMKM dinilai kurang memberikan jaminan yang pasti tentang pendapatan, sehingga di masyarakat masih muncul anggapan lebih baik jadi pegawai/ karyawan daripada berwirausaha.

6) Faktor Sumber Daya Manusia

UMKM, khususnya di Indonesia, sebagian besar dilakukan oleh warga masyarakat yang hanya memiliki pendidikan seadanya, sehingga lemahnya SDM ini pada akhirnya turut melemahkan juga perkembangan UMKM.

7) Faktor Motivasi Wirausaha

Dibutuhkan motivasi dalam menjalankan aktivitas wirausaha yang sangat baik dalam persaingan usaha yang semakin ketat mendesak para pengusaha bersaing dengan pengusaha lainnya dalam mengembangkan usahanya.

*b. Indikator Perkembangan Usaha*

Menurut Subroto (2016), adapun indikator dalam menilai perkembangan usaha diantaranya adalah:

1) Meningkatnya jumlah penjualan

Suatu kondisi dimana pola barang yang terjual dapat meningkat dari periode sebelumnya sebagai pertimbangan untuk memperoleh keuntungan, mencapai keuntungan sesuai dengan harapan, serta mampu menjalankan strategi dengan baik.

2) Luasnya pasar yang dikuasai

Suatu cakupan keadaan pasar yang mampu dicapai dan diraih selama melaksanakan penjualan, untuk meraih pelanggan potensial, memiliki jangkauan pelanggan lebih luas, serta mampu menciptakan pelanggan loyal untuk datang kembali.

3) Mampu Bersaing

Dalam hal ini setiap usaha mampu menghadapi tantangan kompetitor semaksimal mungkin dengan strategi pasar yang efektif, serta mampu memberikan pelayanan extra bagi pelanggan.

**2. Variabel Motivasi (X1)**

*a. Pengertian Motivasi*

Menurut Venesaar (2012) motivasi berwirausaha merupakan keseluruhan daya penggerak di dalam diri seorang entrepreneur yang menimbulkan kegiatan entrepreneur yang menjamin kelangsungan dari kegiatan entrepreneur dan yang memberi arah pada kegiatan entrepreneur tersebut sehingga tujuan yang dikehendaki dapat tercapai. Motivasi berwirausaha juga merupakan daya penggerak dalam diri seseorang untuk melakukan aktivitas berwirausaha demi mencapai tujuan wirausaha, Koranti (2013). Menurut Noviantoro (2017) motivasi berwirausaha merupakan suatu dorongan yang timbul dari diri seseorang untuk dapat mengambil atau melakukan kegiatan yang berkaitan dengan bidang kewirausahaan. Menurut Alifia & Dwiridotjahjono (2019), dorongan psikologis yang muncul dari dalam maupun luar individu untuk melakukan sesuatu secara mandiri. Dengan dorongan yang muncul tersebut, maka individu tersebut akan mampu menentukan usaha apa yang akan digelutinya sekaligus dapat menentukan tujuan dan harapan masa depan.

*b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Motivasi*

Menurut Saepudin (2014) berpendapat

bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi motivasi dalam berwirausaha adalah:

1) Latar Belakang Budaya

Manusia tidak akan lepas dari lingkungan sekitar, sehingga secara tidak langsung tingkah laku mereka dibatasi oleh norma atau nilai budaya setempat". Lingkungan sekitar dapat berupa keadaan alam, lingkungan tempat tinggal, pergaulan sebaya, dan kehidupan kemasyarakatan.

2) Intelegensia

Intelegensia merupakan kemampuan kemampuan individu secara sadar untuk menyesuaikan pemikirannya terhadap tuntutan baru, yaitu adanya kemampuan penyesuaian mental terhadap masalah dan keadaan baru.

3) Usia

Kepribadian manusia bersifat dinamis, berkembang sesuai dengan bertambahnya usia. Semakin berumur seseorang diharapkan semakin mampu bersifat toleran, mampu mengendalikan emosi, dan sifat-sifat lain yang menunjukkan kemampuan intelektual dan psikologis.

4) Jenis Kelamin

Faktor lingkungan, baik interpersonal maupun kultural, akan menentukan dan membentuk perbedaan sikap dan perilaku antara laki-laki dan perempuan.

5) Tingkat Pendidikan

Makin tinggi tingkat pendidikan, makin luas wawasan seseorang dan makin mudah menyesuaikan diri yang akan berpengaruh terhadap perkembangan kepribadian khususnya motivasi berwirausaha.

c. Indikator Motivasi

Menurut Alifia Dan Dwiridotjahjono (2019), terdapat indikator motivasi dalam berwirausaha diantaranya adalah:

1) Kebutuhan akan prestasi

Motif berprestasi yaitu motif untuk memberikan kemampuan terbaik, mampu bekerja dengan efektif, mampu mencapai target pribadi dalam bekerja.

2) Pengambilan risiko

Seorang wirausaha harus mampu mengambil resiko pada keputusan- keputusan yang dirasa sulit, menciptakan suatu keputusan pada kondisi tertentu, serta berani berinovasi dalam bekerja.

3) Kepercayaan pada diri sendiri maupun orang

lain

Seseorang yang memiliki focus of control percaya diri dalam melaksanakan pekerjaan, melaksanakan kerjasama tim yang baik antar sesama pekerja, serta mampu menyelesaikan pekerjaan sesuai arahan.

4) Keinginan yang kuat serta kreativitas

Keinginan yang kuat harus dimiliki seorang wirausaha. Wirausaha yang memiliki keinginan yang kuat akan mampu mencintai pekerjaannya, mampu bertahan pada situasi pekerjaan yang sulit, serta seorang wirausaha harus memiliki sifat yang kreatif. Dengan sifat tersebut, wirausaha dapat mengembangkan usahanya dan memiliki inovasi sehingga akan banyak menemukan cara baru dalam memecahkan masalah dan menghadapi peluang.

### 3. Variabel Inovasi (X2)

a. Pengertian Inovasi

Menurut Riyanti (2019) berpendapat bahwa unculnya gagasan-gagasan baru disebut kreativitas, sedangkan penerapan gagasan baru disebut inovasi. Inovasi adalah suatu ide, hal-hal yang praktis, metode, cara, barang-barang buatan manusia, yang diamati atau dirasakan sebagai suatu yang baru bagi seseorang atau kelompok orang (masyarakat), (Sutirna, 2018). Menurut Hermawan (2018), inovasi ialah suatu penemuan baru yang berbeda dari yang sebelumnya berupa hasil pemikiran dan ide yang dapat dikembangkan juga diimplementasikan agar dirasakan manfaatnya. Perkembangan dari inovasi ini membutuhkan kontribusi dari setiap individu. Oleh karena itu penting untuk memahami tentang aktivitas individu yang mengarah pada inovasi.

b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Inovasi

Menurut Nijenhuis (2015), terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi inovasi adalah sebagai berikut:

1) Faktor Eksternal

a) Competitive pressures

Semakin tingginya tekanan untuk berkompetisi mampu mendorong karyawan untuk bekerja lebih baik dan memiliki efek positif untuk munculnya perilaku inovatif.

b) Social – Political pressures.

Organisasi yang memiliki dukungan dari pemerintah harus terus memberi hasil kerja yang memuaskan jika tetap ingin mendapat

dukungan. Sehingga pemimpin dan karyawan harus memunculkan perilaku inovasi agar tetap memberi hasil kerja yang terus berkembang dan lebih baik.

2) Faktor Internal

a) Interaksi dengan atasan (Kepemimpinan)

Karyawan yang memiliki hubungan yang positif dengan atasan mereka lebih mungkin untuk menunjukkan perilaku inovatif kerja dan mampu memberi keyakinan bahwa perilaku inovatif mereka akan menghasilkan keuntungan kinerja. Hubungan yang berkualitas sering ditandai dengan saling percaya dan menghormati.

b) Interaksi dengan grup rekan kerja (Team Work)

Karyawan yang memiliki hubungan baik dengan rekan kerja lebih mungkin memudahkan mereka mengimplementasikan ide baru mereka juga meningkatkan idea generation di dalam sebuah grup rekan kerja mereka. Dan hal ini memudahkan perilaku inovatif kerja untuk berkembang.

c. Indikator Inovasi

Menurut De Jong & Hartog (2015) ada beberapa indikator dari inovasi diantaranya:

1) *Oppurtunity exploration*, proses inovasi ditentukan oleh kesempatan

Kesempatan akan memicu individu untuk mencari cara untuk meningkatkan pelayanan, proses pengiriman tidak terlalu, atau berusaha memikirkan langkah strategis mengenai proses kerja, produk atau pelayanan.

2) *Idea generation*, membangkitkan sebuah konsep untuk peningkatan.

Idea generation merupakan pengelolaan kembali informasi dan konsep yang telah ada untuk meningkatkan performansi. Seperti mampu mencari solusi terhadap perkembangan usaha, meningkatkan kemampuan dalam bekerja, serta mampu menjalankan pekerjaan dengan cepat dan tepat.

3) *Championing*,

Melibatkan perilaku untuk mencari dukungan dan membangun kerjasama tim yang baik, bersama-sama mencapai target dalam bekerja, serta mampu bernegosiasi mengenai suatu solusi terhadap problem dalam pekerjaan.

4) *Application*,

Mampu dalam menerapkan ide-ide kreatif dalam melayani pelanggan, terhadap suatu hal tapi juga mengevaluasi dan mengaplikasikan

ide tersebut ke dalam tindakan nyata,serta mampu menjadi contoh baik bagi sesama karyawan yang bekerja.

### III. METODOLOGI PENELITIAN

#### 1. Uji Kualitas Data

a. Hasil Uji Validitas

Hasil dari uji validitas sebanyak 12 item pernyataan pada variabel motivasi di katakan valid (sah) dikarenakan nilai *corrected item total correlation*  $> 0,30$ . Hasil dari uji validitas sebanyak 12 item pernyataan pada variabel inovasi di katakan valid (sah) dikarenakan nilai *corrected item total correlation*  $> 0,30$ . Hasil dari uji validitas sebanyak 9 item pernyataan pada variabel perkembangan usaha di katakan valid (sah) dikarenakan nilai *corrected item total correlation*  $> 0,30$ .

b. Hasil Uji Reliabilitas

Nilai *cronbach's alpha* untuk seluruh variabel penelitian motivasi (0,890), inovasi (0,931) dan perkembangan usaha (0,866)  $> 0,60$  maka dapat dikatakan hasil uji reliabilitas keseluruhan variabel handal (reliabel).

#### 2. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

1) Hasil Uji Kolmogorove-Smirnov diketahui bahwa nilai *asympt. sig.(2-tailed)*  $0,348 > 0,05$  nilai signifikansi sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang di uji berdistribusi normal.

2) Hasil PP-Plot Uji Normalitas di atas grafik histogram menuju kecembungan seimbang di tengah dan titik-titik PP-Plot berada diantara garis diagram maka data dinyatakan normal.

3) Hasil Histogram Uji Normalitas menyatakan bahwa data dikatakan normal jika garis membentuk lonceng dan di tengah maka berdistribusi normal.

b. Hasil Uji Multikolienaritas untuk variabel motivasi dan inovasi memiliki nilai tolerance  $> 0,10$  dan VIF  $< 10$  maka penelitian ini dinyatakan terbebas dari masalah multikolienaritas

c. Hasil Uji Hetersokedastisitas menunjukkan sebaran data tidak terlalu membentuk pola-pola tertentu dan tidak pula terlalu menyebar maka data dinyatakan terbebas dari masalah hetersokedastisitas

#### 3. Hasil Regresi Linear Berganda

a. Konstanta  $\alpha = 0,749$  Dari konstanta  $\alpha = 0,749$  dapat diketahui bahwa motivasi dan

inovasi tidak meningkat atau bernilai 0 (nol) maka perkembangan usaha sebesar 0.749 satuan.

- b.  $\beta_1 = 0,484$  Jika ada kebijakan terhadap motivasi naik satu satuan maka perkembangan usaha naik sebesar 0,484 satuan.
- c.  $\beta_2 = 0,244$  Jika ada kebijakan terhadap inovasi naik satu satuan maka perkembangan usaha naik sebesar 0,244 satuan.

#### 4. Hasil Uji Hipotesis

- a. Uji Signifikan Simultan (Uji-F) diketahui uji F menghasilkan Fhitung 88,420 > Ftabel 2,87 (n-k-1 pada k = 39-3-1 = 35 pada 3) dan signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya motivasi dan inovasi berpengaruh secara simultan terhadap perkembangan usaha. Artinya hipotesis ( $H_3$ ) sebelumnya dapat diterima.
- b. Uji Signifikan Parsial (Uji-t)
  - 1) Pengaruh Motivasi Terhadap Perkembangan Usaha. Nilai t hitung Motivasi sebesar 6,464 > t tabel 1,68 (n-k = 39-3 = 36 pada 0,05/5%) dan signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, maka Motivasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Usaha. Artinya hipotesis ( $H_1$ ) sebelumnya dapat diterima.
  - 2) Pengaruh Inovasi Terhadap Perkembangan Usaha  
Nilai t hitung Inovasi sebesar 3,701 > t tabel 1,68 (n-k = 39-3 = 36 pada 0,05/5%) dan signifikansi 0,001 < 0,05, sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, maka Inovasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Usaha. Artinya hipotesis ( $H_2$ ) sebelumnya dapat diterima.

#### 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Dapat diketahui perolehan nilai Adjusted R square 0,821 dapat disebut koefisien determinasi, hal ini berarti 0,821 (82,1%) Perkembangan Usaha dapat diperoleh dan dijelaskan oleh Motivasi dan Inovasi sedangkan sisanya sebesar 17,9% dijelaskan oleh variabel diluar model yang tidak diteliti.

#### IV. KESIMPULAN DAN SARAN

#### 1. Kesimpulan

- a. Motivasi Berpengaruh Positif dan Signifikan Secara Parsial Terhadap Perkembangan Usaha Pada Ayam Bakar Penyet Palapa di Jalan Klambir V Deli Serdang. Dengan nilai t hitung Motivasi sebesar 6,464 > t tabel 1,68 (n-k = 39- 3 = 36 pada 0,05/5%) dan signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
- b. Inovasi Berpengaruh Positif dan Signifikan Secara Parsial Terhadap Perkembangan Usaha Pada Ayam Bakar Penyet Palapa di Jalan Klambir V Deli Serdang. Dengan nilai t hitung Inovasi sebesar 3,701 > t tabel 1,68 (n-k = 39- 3 = 36 pada 0,05/5%) dan signifikansi 0,001 < 0,05, sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
- c. Motivasi Dan Inovasi Berpengaruh Positif dan Signifikan Secara Simultan Terhadap Perkembangan Usaha Pada Ayam Bakar Penyet Palapa di Jalan Klambir V Deli Serdang. Dengan nilai uji F menghasilkan Fhitung 88,420 > Ftabel 2,87 (n-k-1 pada k = 39-3-1 = 35 pada 3) dan signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak

#### 2. Saran

- a. Berdasarkan hasil uji statistic terhadap pernyataan pada variabel Motivasi dengan mean terendah tentang “memberikan kemampuan terbaik dalam bekerja” maka dari itu peneliti menyarankan owner dan karyawan ayam bakar penyet Palapa untuk dapat memberikan ide-ide, kreativitas, kerja keras, kerjasama antar karyawan untuk terciptanya peningkatan perkembangan usaha.
- b. Berdasarkan hasil uji statistic terhadap pernyataan pada variabel Inovasi dengan mean terendah tentang “mampu menerapkan strategi terhadap pelayanan bagi pelanggan” maka dari itu peneliti menyarankan owner dan karyawan ayam bakar penyet Palapa untuk dapat memberikan rasa nyaman serta aman kepada para pelanggan dengan memberikan pelayanan yang cepat dan sigap.
- c. Berdasarkan hasil uji statistic terhadap pernyataan pada variabel Perkembangan Usaha dengan mean terendah tentang “memiliki strategi bersaing” maka dari itu peneliti menyarankan owner dan karyawan

ayam bakar penyet Palapa untuk dapat lebih mengembangkan strategi bersaing dengan memasarkan/mempromosikan usahanya secara intens melalui media berbasis online seperti instagram, facebook serta twitter.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alifia, I. F. dan Dwiridotjahjono (2019). *Pengaruh Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Dusun Beton Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan)*. Jurnal Bisnis Indonesia, 10.(02).
- Alex, Sobur. (2014). *Psikologi Umum dalam Lintasan Sejarah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ananda, Rusdi, dan Rafida. (2020). *Pengantar Kewirausahaan*. Medan: Perdana Publishing.
- Basrowi. (2011). *Kewirausahaan untuk Perguruan Tinggi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Buchari Alma. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kesembelian, Alfabeth: Bandung.
- De Jong, Hartog. (2016). *Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Jakarta: Prenada Media.
- Drucker, Peter F. (2013). *Innovation and Entrepreneurship, Practice and Principles*. (Penerjemah Rusdi Naib). Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Ghozali, Imam. (2014). *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gibson, et al. (2014). *Organizational: Behavior, Structure, Processes*. New York: The McGraw Hill Companies, Inc.
- Hult, Pride, Ferrel. (2013). *Marketing, 17<sup>th</sup> Edition South-Western* : Cengage Learning.
- Joseph. A. Schumpeter. (2013). *Capitalism Socialisme & Democracy*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kotler, P. & Gary, A. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 2 Edisi 12*. Alih Bahasa: Bob Sabaran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0*. Jilid 1. Canada : John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey
- Manullang, M. & Pakpahan, M. (2014), *Metodologi Penelitian*. Citapustaka Media. Bandung.
- Nijenhuis. (2015). *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. (Penerjemah: Andre Asparsayogi). Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- Pakpahan, M. (2016), *Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global*. CiptaRencana Media Pakpahan. Medan.
- Pakpahan, M. (2017), *Riset Pemasaran Aplikasi Dari Metode Ilmiah Dalam Pencarian Kebenaran Tentang Fenomena Pemasaran*. Medan.
- Riyanti. (2019). *Bisnis Serta Implikasi Dalam Berwirausaha*. Jakarta: Angkasa Pustaka.
- Robbins, Stephen P., & Mary Coulter. (2012). *Manajemen Edisi ke-Sepuluh Jilid 4*. Jakarta: Erlangga.
- Subroto. (2016). *Manajemen Kewirausahaan Dan Bisnis*. Jakarta: Pustaka Abadi Jaya.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan Pendoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat
- Sutirna. (2018). *Karakter Kewirausahaan*. Surabaya: Merdeka Pustaka