

Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, *Social Support*, Dan Orientasi Pasar Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Warung Kelontong Madura 24 Jam Di Kabupaten Jember

Kiki Anggraini¹, Trias Setyowati², Septy Holisa Umamy³

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Jember

kikianggra209@gmail.com, trias@unmuhjember.ac.id, septyholisaumamy@unmuhjember.ac.id

Diterima: Desember 2025 | Disetujui: Februari 2026 | Dipublikasikan: Maret 2026

Abstrak

Warung kelontong Madura yang buka 24 jam telah menjadi fenomena menarik di Kabupaten Jember. Warung ini dikenal karena keberadaannya menjadi alternatif bagi masyarakat dan menyediakan berbagai kebutuhan pokok dan barang kebutuhan sehari-hari di luar jam operasional minimarket modern. Warung Kelontong Madura 24 Jam merupakan salah satu bentuk usaha ritel yang melayani kebutuhan sehari-hari masyarakat secara terus menerus, tanpa henti. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dari masing-masing variabel yaitu Karakteristik Kewirausahaan (X1), *Social Support* (X2) dan Orientasi Pasar (X3) Terhadap Keberhasilan Usaha (Y) Kelontong Madura 24 Jam. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel pada penelitian ini adalah 40 responden yang tersebar di 2 Kecamatan yaitu Kecamatan Kaliwates dan Sumbersari. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik pengambilan data yang digunakan yaitu melalui kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji instrumen data, analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan regresi linear dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Karakteristik Wirausahaan, *Social Support* dan Orientasi Pasar berpengaruh signifikan Terhadap Keberhasilan Usaha pada Warung Kelontong 24 jam di Kabupaten Jember dengan mempunyai kontribusi sebesar 90,5% terhadap Keberhasilan Usaha dengan pengaruh tinggi atau kuat, dan sisanya sebesar 9,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti kondisi ekonomi makro, teknologi pembayaran digital, serta kebijakan pemerintah setempat.

Kata kunci: Karakteristik Wirausahaan; *Social Support*; Orientasi Pasar; Keberhasilan Usaha

Abstract

Madura's 24-hour grocery store has become an interesting phenomenon in Jember Regency. This store is known for its existence as an alternative for the community and provides various basic necessities and daily necessities outside the operating hours of modern minimarkets. Madura's 24-hour grocery store is a form of retail business that serves the daily needs of the community continuously, without stopping. This study was conducted to analyze each variable, namely Entrepreneurial Characteristics (X1), *Social Support* (X2) and Market Orientation (X3) on the Success of the Madura 24-hour Grocery Business (Y). This type of research is quantitative research with a sample size of 40 respondents spread across 2 sub-districts, namely Kalivates and Sumbersari. The sampling technique used in this study was *purposive sampling*. The data collection technique used was through a questionnaire. The data analysis techniques used were data instrument testing, multiple linear regression analysis, classical assumption testing, hypothesis testing and coefficient of determination testing. The data obtained were then analyzed using linear regression with the help of SPSS. The results of the study show that the variables of Entrepreneurial Characteristics, *Social Support* and Market Orientation have a significant influence on Business Success at 24-hour Grocery Stores in Jember Regency by contributing 90.5% to Business Success with a high or strong influence, and the remaining 9.5% is influenced by other factors such as macroeconomic conditions, digital payment technology, and local government policies.

Keywords: *Entrepreneurial Characteristics, Social Support, Market Orientation, Business Success*

PENDAHULUAN

Usaha kecil dan menengah (UKM) di negara-negara berkembang dapat dikatakan sebagai tulang punggung perekonomian menurut Agata, Suhartini, and Widoretno (2021), suatu negara keberadaan usaha kecil dan menengah (UKM) terbukti telah mampu menggerakkan roda perekonomian bangsa dan mengurangi jumlah pengangguran yang ada. Usaha kecil dan menengah (UKM) ini memiliki beberapa keterbatasan namun pada kenyataannya mereka mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain. Bahkan pada saat kondisi perekonomian memburuk dan banyak perusahaan besar yang terancam bangkrut, usaha kecil dan menengah (UKM) ini tetap mampu untuk bertahan hidup. Kenyataan ini menunjukkan kekuatan dari usaha kecil dan menengah (UKM) sebenarnya. Kekuatan usaha kecil dan menengah (UKM) ini muncul karena mereka telah mulai menerapkan visi kewirausahaannya (*entrepreneurial visions*) sehingga mereka mampu membawa perusahaannya tumbuh dan berkembang serta memperoleh profitabilitas yang meningkat.

Teori-teori tentang Keberhasilan Usaha menurut Almaidah *et al.* (2019), bahwa keberhasilan usaha ditunjukkan pemilik usaha memaksimalkan proses produksi dengan memaksimalkan secara teknis dan ekonomis untuk meningkatkan omzet penjualan perusahaan, dan untuk membuka sebuah cabang perusahaan baru merupakan kondisi ketika suatu bisnis mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan, baik dalam aspek finansial (profitabilitas, pertumbuhan pendapatan) maupun non-finansial kepuasan pelanggan, loyalitas dari sebelumnya dalam mencapai tujuan. Hasil dari kemampuan wirausahawan dalam mengelola sumber daya, peluang, dan risiko secara efektif untuk mencapai tujuan jangka pendek dan panjang bisnisnya pencapaian tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan oleh suatu bisnis. Beberapa teori dan faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha antara lain: kemampuan dan kemauan wirausaha, perencanaan yang matang, pemanfaatan peluang, strategi pemasaran yang efektif, jaringan yang luas, adaptasi dan inovasi, manajemen keuangan yang baik, serta faktor-faktor eksternal seperti kondisi lingkungan dan persaingan.

Karakteristik kewirausahawan didefinisikan sebagai suatu kemampuan (*ability*) dalam berfikir kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, menunjukkan tujuan, ketelitian dan proses dalam menghadapi tantangan hidup. Menurut Utama *et al.* (2021) merupakan faktor internal yang sangat memengaruhi keberhasilan usaha independen (wirausaha mandiri). Faktor-faktor ini mencerminkan kualitas pribadi dan perilaku seorang wirausahawan dalam merintis, mengelola, dan mengembangkan usahanya. Motivasi berprestasi (*Need for Achievement*) wirausahawan yang memiliki motivasi tinggi untuk berprestasi cenderung menetapkan target yang menantang dan berusaha keras mencapainya. Menurut Sadjiarto and Kristen Satya Wacana (2021), sifat dan kemampuan individu yang dimiliki pengusaha yang membangun pengetahuan yang dibutuhkan untuk kesuksesan usaha. Menurut Ardiansyah (2017), menjelaskan bahwa karakteristik kewirausahawan yang terdiri dari pengetahuan tentang usaha baik imajinasi, pengetahuan yang nyata tentang usahanya, berkreasi, selalu memikirkan masa depan usahanya, pandai dalam berhitung dan kemampuan berkomunikasi dengan baik. Menurut Indarto and Santoso (2020), ciri atau sifat yang dimiliki oleh seseorang wirausahawan untuk menjalankan usaha dan mencapai kesuksesan usaha meliputi karakteristik individu, kepribadian, orientasi kewirausahawan, dan kesiapan menjadi wirausaha.

Social Support mencakup berbagai bentuk bantuan dari lingkungan sosial yang dapat membantu individu mengatasi tekanan, meningkatkan kesejahteraan psikologis, serta mendukung keberhasilan dalam berbagai konteks (termasuk kewirausahaan, pendidikan, dan kesehatan) (Indriani & Sugiasih, 2016). *Emotional Support* dukungan berupa empati, kasih sayang, perhatian, atau penguatan emosional. *Instrumental Support* bantuan langsung dalam bentuk materi, uang, atau tenaga fisik. *Informational Support* Saran, nasehat, arahan, atau informasi yang membantu dalam pemecahan masalah. *Appraisal Support* Umpan balik, validasi diri, dan penilaian positif yang meningkatkan kepercayaan diri. *Network Support* (Jaringan Sosial) Ketersediaan orang-orang yang bisa dihubungi saat dibutuhkan, seperti teman, keluarga, atau mentor. Lee and Ybarra (2017), independen yang mempengaruhi *Social Support* (dukungan sosial) meliputi karakteristik individu, jenis dukungan yang diberikan, sumber dukungan, dan lamanya dukungan diberikan karakteristik individu kepribadian seseorang dapat mempengaruhi bagaimana mereka menerima dan mencari dukungan social. Misalnya, individu yang *extrovert* mungkin lebih aktif mencari dukungan sosial dibandingkan individu yang *introvert*. Kebiasaan dan peran sosial dan peran sosial yang dimiliki individu juga berperan individu yang memiliki peran aktif dalam komunitas atau organisasi tertentu mungkin memiliki jaringan dukungan sosial yang lebih luas. Kemampuan mencari dan mempertahankan dukungan individu untuk mencari dan mempertahankan dukungan sosial juga menjadi faktor penting. beberapa orang mungkin lebih mahir dalam membangun dan memelihara hubungan yang memberikan dukungan.

Orientasi Pasar (*Market Orientation*) menurut Abbas (2018), mendefinisikan Orientasi Pasar sebagai penetapan sasaran konsumen strategis dan membangun organisasi yang berfokus pada layanan konsumen, memberikan dasar persaingan yang berfokus kedalam, memberi layanan yang sesuai dengan harapan para konsumen, sehingga berhasil memenangkan suatu persaingan. Orientasi Pasar adalah cara yang dilakukan organisasi untuk mengidentifikasi pasar dan menggunakan sebagai dasar untuk menentukan strategi Perusahaan. Hasil dari implementasi strategi yang berdasarkan pada Orientasi Pasar, memungkinkan perusahaan beradaptasi dengan sukses terhadap perubahan lingkungan Orientasi Pasar, secara signifikan merupakan faktor penting yang memungkinkan perusahaan memahami pasar dan mengembangkan strategi produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan kebutuhan pasar. Penelitian yang dilakukan Ie and Pratama (2019), menemukan bahwa Orientasi Pasar berpengaruh terhadap kinerja usaha. Husein (2016), menemukan hubungan positif antara Orientasi Pasar dan kinerja usaha. Filosofi bisnis yang menekankan pemahaman terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan serta penciptaan nilai yang unggul untuk pelanggan. Sebagai variabel independen yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti orientasi pesaing, orientasi pelanggan, pembagian informasi pasar, dan koordinasi antar fungsi. Sumber referensi yang digunakan untuk membangun Orientasi Pasar dapat berasal dari riset pasar yang mencakup analisis pasar, preferensi pelanggan, dan tren industri. Budaya organisasi nilai-nilai dan keyakinan yang mendukung fokus pada pelanggan. Kepemimpinan manajerial (*top management support*) Komitmen pimpinan terhadap Orientasi Pasar sangat berpengaruh. Struktur organisasi desentralisasi dan fleksibilitas memengaruhi kecepatan tanggapan terhadap pasar sistem penghargaan dan insentif apakah karyawan diberi penghargaan karena berfokus pada kepuasan pelanggan faktor lingkungan eksternal persaingan pasar tingkat kompetisi yang tinggi mendorong perusahaan lebih *market-oriented*. dinamika pasar (Volatilitas Permintaan) perubahan cepat dalam preferensi pelanggan mendorong adaptasi

teknologi ketersediaan teknologi informasi memudahkan pengumpulan dan analisis informasi pasar orientasi pesaing kemampuan perusahaan untuk memantau dan menganalisis pesaing, termasuk kekuatan, kelemahan, strategi, dan tindakan mereka orientasi pelanggan pemahaman mendalam tentang kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi pelanggan, baik yang sekarang maupun yang potensial pembagian informasi pasar efektivitas perusahaan dalam menyebarkan informasi pasar yang relevan ke seluruh bagian organisasi untuk pengambilan keputusan yang lebih baik koordinasi antar fungsi kemampuan perusahaan untuk mengintegrasikan informasi pelanggan dan pesaing ke dalam berbagai fungsi bisnis, seperti pemasaran, penelitian dan pengembangan, dan layanan pelanggan inovasi produk kemampuan perusahaan untuk menciptakan produk atau layanan baru yang memenuhi kebutuhan pasar yang berubah tekanan pasar faktor-faktor eksternal seperti persaingan yang ketat, perubahan preferensi pelanggan, dan perkembangan teknologi yang mendorong perusahaan untuk terus beradaptasi dan berinovasi penggunaan teknologi digital pemanfaatan teknologi digital dalam pengumpulan data pasar, pemasaran, dan operasional bisnis memahami kebutuhan pelanggan menyesuaikan produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik. Menciptakan keunggulan kompetitif mengembangkan produk dan layanan yang lebih inovatif dan bernilai tambah. Meningkatkan kinerja pemasaran mengoptimalkan strategi pemasaran untuk menjangkau target pasar yang tepat mengembangkan bisnis yang berkelanjutan memastikan bahwa perusahaan tetap relevan dan kompetitif dalam jangka panjang.

Penelitian ini berfokus pada identifikasi karakteristik kewirausahaan, *Social Support*, Orientasi Pasar, dan Keberhasilan Usaha. Telah mensurvei bahwa jumlah Warung Kelontong Madura 24 Jam sebanyak 40 yang dijadikan sebagai sampel penelitian. Analisis terhadap keempat variabel independen ini diharapkan dapat memberikan landasan untuk pengembangan terpenting untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai aspek-aspek yang perlu diperkuat dalam pengelolaan usaha warung kelontong 24 jam. Berdasarkan latar belakang dan fenomena tersebut, penulis memilih judul skripsi: Suatu tempat usaha harus mengutamakan konsumen agar usaha tersebut dapat terus berjalan dengan baik cara menjaga kualitas tetap bagus, harga yang sesuai, pelayanan yang baik, dan juga menjaga *Social Support*, agar konsumen tetap berorientasi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, *Social Support*, Dan Orientasi Pasar Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Warung Kelontong Madura 24 Jam Dikabupaten Jember.”

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Desain penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, *Social Support*, dan Orientasi Pasar terhadap Keberhasilan Usaha. Penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan kausalitas, menggunakan survei sebagai metode pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal-komparatif karena analisis data sifatnya kuantitatif bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas Karakteristik Kewirausahaan, *Social Support*, dan Orientasi Pasar terhadap variabel terikat Keberhasilan Usaha. Dalam penelitian ini strategi penelitian yang digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh variabel X (variabel bebas) yang terdiri dari atas Karakteristik Kewirausahaan (X1), *Social Support* (X2), dan Orientasi Pasar (X3)

terhadap variabel Y yaitu Keberhasilan Usaha (variabel terikat), baik secara parsial maupun simultan. Menurut Sugiyono, (2019) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.

Populasi

Populasi merupakan keseluruhan entitas yang mencakup objek atau subjek dengan karakteristik dan kualitas tertentu yang telah ditetapkan peneliti untuk dikaji dan dianalisis guna dalam gabungan dari seluruh elemen yang membentuk peristiwa, hal atau orang yang membentuk karakteristik yang serupa. Penarikan kesimpulan Sugiyono, (2019). Berdasarkan pada tempat penelitian yang telah ditetapkan, maka populasi dalam penelitian adalah seluruh pemilik Warung Kelontong Madura 24 Jam seluruh pelaku wirausahawan di Kabupaten Jember yaitu yang terjadi di wilayah 2 kecamatan Summersari dan Kaliwates yang berjumlah 40 pemilik Warung.

Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini merupakan pendekatan metodologi *nonprobability sampling* dengan spesifikasi teknik sampling *purposive sampling* dalam proses pengambilan data sampel. *Nonprobability sampling* merupakan suatu teknik penentuan sampel dimana setiap elemen populasi Jika daftar populasi tidak lengkap atau sulit diperoleh maka sebagai sampel penelitian, dan dalam konteks ini, varian yang diaplikasikan adalah *sampling* menggunakan teknik *purposive sampling* (sampling bertujuan), yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian Sugiyono, (2019), Berdasarkan pertimbangan metodologis tersebut, penelitian ini Semua pemilik atau pengelola warung kelontong Madura 24 jam yang beroperasi di Kabupaten Jember 40 sebagai sampel penelitian, dengan pertimbangan jumlah populasi relative kecil serta kebutuhan untuk memperoleh data yang komprehensif dan representatif dalam mengkaji Karakteristik Kewirausahaan, *Social Support*, dan Orientasi Pasar terhadap Keberhasilan Usaha. Sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan sampai 2 tahun dan untuk usia sampai 18 tahun tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Maka perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$n \geq 10 \times \text{jumlah variabel}$$

$$n \geq 10 \times 4 = 40$$

bahwa jumlah sampel yang layak untuk penelitian korelasional atau regresi minimal adalah 10 kali jumlah variabel penelitian. Dengan total 4 variabel (3 independen dan 1 dependen), maka jumlah minimum sampel adalah:

$$10 \times 4 = 40 \text{ responden}$$

Berdasarkan namun perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang ditetapkan Jumlah responden tersebut dianggap sudah representatif untuk memperoleh data penulisan yang mencerminkan keadaan populasi untuk memperkuat validitas analisis data, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 40 responden.

Teknik Analisis Data

Menurut Sumber data Sugiyono, (2019), yang dimanfaatkan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Sumber data primer diperoleh peneliti secara langsung untuk menjawab permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan untuk menguji pengaruh variabel bebas, yaitu Karakteristik Kewirausahaan, *Social Support*, dan Orientasi Pasar terhadap variabel terikat yaitu Keberhasilan Usaha. Teknik pengumpulan data dilaksanakan melalui penyebaran kuesioner kepada Warung Kelontong Madura 24 Jam Di Kabupaten Jember. Kuesioner tersebut diukur menggunakan *skala likert* untuk menganalisis Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, *Social Support*, dan Orientasi Pasar terhadap Keberhasilan Usaha.

Uji Validitas

Menurut Sugiyono, (2019), validitas menunjukkan sejauh mana instrumen dapat mengukur apa yang ingin diukur. Dengan kata lain, instrumen dikatakan valid jika mampu mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Validitas adalah sejauh mana suatu instrumen mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam konteks penelitian ini, uji validitas digunakan untuk menilai apakah butir-butir pertanyaan dalam kuesioner benar-benar merepresentasikan setiap variabel penelitian.

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

1. Kriteria: item valid jika nilai sig. (p) < 0,05 dan r hitung > r tabel.
2. Nilai signifikansi (p-value) < 0,05, dan
3. Nilai r hitung > r tabel (r tabel untuk n = 30 pada taraf 5% = 0,361)

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* antara skor setiap item pertanyaan dengan skor total konstruk (variabel). Suatu item dikatakan valid apabila memiliki nilai r hitung > r tabel (dengan taraf signifikansi 0,05 dan jumlah responden tertentu) atau jika nilai sig (p-value) < 0,05.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi atau keandalan instrumen penelitian, yaitu seberapa stabil dan konsisten instrumen tersebut ketika digunakan untuk mengumpulkan data dalam kondisi yang sama pada waktu yang berbeda.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual dari model regresi berdistribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Menurut (Ghozali, 2018), multikolinearitas terjadi ketika antar variabel independen dalam model regresi memiliki korelasi yang sangat tinggi, yang ditunjukkan dengan *Variance*

Inflation Factor (VIF) dan Tolerance.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual pada model regresi. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan dengan menggunakan metode Glejser, yaitu dengan meregresikan nilai absolut residual ($|e|$) terhadap variabel independen.

Analisis Regresi Linear Berganda

1. Tujuan Analisis

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh Karakteristik Kewirausahaan (X_1), *Social Support* (X_2), dan Orientasi Pasar (X_3) terhadap Keberhasilan Usaha (Y), baik secara simultan maupun parsial.

2. Model Regresi

Model persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Keterangan:

1. Y = Keberhasilan Usaha
2. X_1 = Karakteristik Kewirausahaan
3. X_2 = *Social Support*
4. X_3 = Orientasi Pasar
5. β_0 = Konstanta
6. $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi masing-masing variabel
7. ϵ = Error (galat)

Pengujian Hipotesis

Uji T

Menurut (Ghozali, 2018) uji T digunakan untuk menguji hipotesis apakah koefisien regresi dari masing-masing variabel independen secara statistik berbeda dari nol. Uji T dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara terpisah. Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (Karakteristik Kewirausahaan, dukungan sosial, dan Orientasi Pasar) terhadap variabel dependen (Keberhasilan Usaha), secara parsial.

Uji T dilakukan dengan cara membandingkan nilai t hitung (hasil perhitungan statistik) dengan nilai t tabel (nilai kritis yang didapatkan dari tabel distribusi t). Jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel atau jika nilai p-value < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

$$df = n - k - 1$$

Di mana:

- a. n adalah jumlah sampel.
- b. k adalah jumlah variabel independen.

Kemudian, cari nilai t tabel menggunakan distribusi t dengan df yang sudah dihitung dan level signifikansi 0,05.

2. Mengambil Keputusan:

- a. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $p\text{-value} < 0,05$, maka H_0 ditolak dan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.
- b. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau $p\text{-value} > 0,05$, maka H_0 diterima dan variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah angka antara 0 dan 1 yang mengukur seberapa baik model statistik memprediksi suatu hasil. Anda dapat mengartikan R^2 sebagai proporsi variasi dalam variabel dependen yang diprediksi oleh model statistik. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar variabilitas variabel dependen (Keberhasilan Usaha) dapat dijelaskan oleh variabel independen yang diteliti, yaitu Karakteristik Kewirausahaan, *Social Support*, dan Orientasi Pasar.

HASIL

Analisis Deskripsi Deskripsi

Data Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat dalam tabel 4.1 berikut:

Tabel 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Usia (tahun)	Jumlah Responden	Persentase (%)
25 - 34 tahun	18	45,0
35 - 44 tahun	12	30,0
45 - 54 tahun	10	25,0
Jumlah	40	100

Sumber: SPSS V.25 data diolah oleh peneliti tahun 2025

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa responden yang usia dengan jumlah paling sedikit adalah berumur 45 - 54 tahun dengan jumlah 10 responden atau presentase 25%. Jumlah paling terbanyak adalah 25 - 34 tahun dengan jumlah 18 responden atau presentase 45% karena pada usia 25 – 34 adalah usia produktif.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-Laki	28	70,0
Perempuan	12	30,0
Jumlah	40	100

Sumber: SPSS V.25 data diolah oleh peneliti tahun 2025

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan lebih sedikit daripada laki-laki. Jenis kelamin perempuan dengan jumlah 12 presentase 30% sedangkan laki-laki dengan jumlah 28 presentase 70%. Dapat disimpulkan

bahwa jumlah responden tertinggi yang berjenis kelamin laki-laki karena laki-laki biasanya lebih tahan untuk bergadang daripada perempuan.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan

Karakteristik responden berdasarkan status pernikahan dapat dilihat dalam tabel 4.3 berikut:

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan

Status Pernikahan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Belum Menikah	9	22,5
Duda/Janda	6	15,0
Menikah	25	62,5
Jumlah	40	100

Sumber: SPSS V.25 data diolah oleh peneliti tahun 2025

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa responden yang status pernikahan dengan jumlah paling sedikit adalah Duda/Janda dengan jumlah 6 responden atau presentase 15%. Jumlah paling terbanyak adalah menikah dengan jumlah 25 responden atau presentase 62,5% karena memiliki tanggung jawab terhadap keluarga sehingga banyak sekali yang responden yang menikah.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
SMP	6	15,0
SMA	25	62,5
S1	9	22,5
Jumlah	40	100

Sumber: SPSS V.25 data diolah oleh peneliti tahun 2025

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa responden yang berpendidikan dengan jumlah paling sedikit adalah lulusan SMP dengan jumlah 6 responden atau presentase 15%. Jumlah paling terbanyak adalah pendidikan SMA dengan jumlah 25 responden atau presentase 62,5% karena lulusan SMA keterbatasan lapangan kerja formal, kebutuhan ekonomi, rendahnya kualifikasi yang diperlukan, kedekatan lokasi, serta aspek sosial-budaya dan peluang belajar usaha mandiri.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Lama Usaha	Jumlah Responden	Persentase (%)
2 Tahun	6	15,0
3 Tahun	24	60,0
4 Tahun	7	17,5
5 Tahun	3	7,5
Jumlah	40	100

Sumber: SPSS V.25 data diolah oleh peneliti tahun 2025

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa responden yang lama usaha dengan jumlah paling sedikit adalah lama usaha 5 tahun dengan jumlah 3 responden atau presentase 7,5%. Jumlah paling terbanyak adalah lama usaha 3 tahun dengan jumlah 24 responden atau presentase 60% karena kestabilan usaha setelah fase awal, meningkatnya pengalaman dan modal, kepercayaan pelanggan, jaringan sosial yang kuat, serta karakter budaya Madura yang menekankan loyalitas dan ketekunan dalam berdagang.

Analisis Data

Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Tabel 6 Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung per item pertanyaan	r tabel
Karakteristik Kewirausahaan (X1)	X _{1.1}	0,737	0,312
	X _{1.2}	0,853	
	X _{1.3}	0,737	
	X _{1.4}	0,875	
	X _{1.5}	0,809	
	X _{1.6}	0,739	
	X _{1.7}	0,758	
	X _{1.8}	0,851	
<i>Social Support</i> (X2)	X _{2.1}	0,850	0,312
	X _{2.2}	0,744	
	X _{2.3}	0,930	
	X _{2.4}	0,930	
Orientasi Pasar (X3)	X _{3.1}	0,958	0,312
	X _{3.2}	0,950	
	X _{3.3}	0,811	
Keberhasilan Usaha (Y)	Y ₁	0,844	0,312
	Y ₂	0,862	
	Y ₃	0,886	
	Y ₄	0,844	
	Y ₅	0,862	
	Y ₆	0,886	
	Y ₇	0,751	

Sumber: SPSS V.25 data diolah oleh peneliti tahun 2025

Berdasarkan tabel 6 dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang artinya semua variabel X₁ (Karakteristik Kewirausahaan), X₂ (*Social Support*), X₃ (Orientasi Pasar) dan Y (Keberhasilan Usaha) dikatakan “Valid” karena nilainya $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2. Uji Reabilitas

Tabel 7 Hasil Uji Reabilitas Instrumen

Variabel	Item Pertanyaan	<i>Cronbach's Alpha if item Deleted</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Reliabilitas
		0,903		
	X1. 1	0,891		
	X1. 2	0,903		
	X1. 3			
Karakteristik Kewirausahaan (X1)	X1. 4	0,891	0,910	0,60
		0,897		
	X1. 5	0,905		
		0,904		
Social Support (X2)	X1. 6	0,894	0,886	0,60
	X1.3	0,809		
	X2.4	0,809		
Orientasi Pasar (X3)	X1.1	0,749	0,893	0,60
	8^{3.2}	0,766		
	X2.3	0,989		
		0,920		
Keberhasilan Usaha (Y)	1Y ₁	0,918	0,931	0,60
	X2^{1.3}	0,915		
	2 ^{1.4}	0,920		
		0,918		
	Y ₅	0,915		
	Y ₆	0,915		
	Y ₇	0,938		

Sumber: SPSS V.25 data diolah oleh peneliti tahun 2025

Nilai reliabilitas variabel pada tabel 7 diatas memberikan indikasi bahwa kehandalan kuesioner yang digunakan sebagai alat pengukur termasuk pada kategori berkorelasi kuat untuk tiap variabel tersebut. Uji reliabilitas ini memberikan indikasi bahwa kehandalan kuesioner yang digunakan sebagai alat pengukur untuk tiap variabel termasuk pada kategori berkorelasi tinggi dan diterima. Setiap nilai *Cronbach's Alpha* berada di atas 0,60 maka semua variabel adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 8 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual

N		40
Normal Parameters a,b	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.36987013
Most Extreme Differences	Absolute	.100
	Positive	.060
	Negative	-.100
Test Statistic		.100
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: SPSS V.25 data diolah oleh peneliti tahun 2025

Berdasarkan tabel 8 hasil uji normalitas dengan uji statistik one sample Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat pada tabel 8 diatas. Besarnya nilai Kolmogorov-Smirnov adalah sebesar 0,100 dan signifikan pada 0,200. Residual data berdistribusi normal jika signifikansi > 0,05, dari pengujian diatas dapat dilihat bahwa untuk variabel dependen dan variabel independen memiliki tingkat signifikansi diatas 0,05, jadi dapat dikatakan residual data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.13 Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a				
Model		Collinearity Statistics		
		Tolerance	VIF	Keterangan
1	(Constant)			
	Karakteristik Kewirausahawan	.597	1.674	Tidak terjadi
	<i>Social Support</i>	.774	1.292	multikolinieritas
	Orientasi Pasar	.556	1.798	

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber: SPSS V.25 data diolah oleh peneliti tahun 2025

Berdasarkan tabel 13 menjelaskan bahwa Karakteristik Kewirausahawan (1,674), *Social Support* (1,292) dan Orientasi Pasar (1,798) data yang ada tidak terjadi gejala multikolinieritas antara masing-masing variabel independen yaitu dengan melihat nilai *VIF*. Nilai *VIF* yang diperbolehkan hanya mencapai 10 maka data di atas dapat dipastikan tidak terjadi gejala multikolinieritas. Karena data di atas menunjukkan bahwa nilai *VIF* lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 keadaan seperti itu membuktikan tidak terjadinya multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual pada model regresi. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan dengan menggunakan metode Glejser, yaitu dengan meregresikan nilai absolut residual ($|e|$) terhadap variabel independen. Menurut (Ghozali, 2018), metode Glejser dilakukan dengan langkah- langkah sebagai berikut:

Tabel 9 Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficient	t	Sig.	Keterangan
	Unstandardized					
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	2.776	1.370		2.026	.050	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Karakteristik Kewirausahaan	-.036	.046	-.156	-.785	.438	
<i>Social Support</i>	.086	.056	.269	1.543	.132	
Orientasi Pasar	-.139	.089	-.322	-1.562	.127	

Sumber: SPSS V.25 data diolah oleh peneliti tahun 2025

Berdasarkan tabel 9 hasil pengolahan data, maka hasil Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual sebagai variabel dependen terhadap variabel independennya. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan model analisis regresi linier berganda untuk pembuktian hipotesis penelitian, yaitu untuk menguji pengaruh variabel kepercayaan, keamanan, kualitas pelayanan, dan persepsi akan risiko terhadap keputusan pembelian. Analisis ini menggunakan input berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program SPSS 25.0 *for windows*. Hasil uji regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 10 Hasil Pengujian Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients				
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3,092	2,353		-1,314	0,197
Karakteristik Kewirausahaan	0,217	0,080	0,181	2,730	0,010
<i>Social Support</i>	0,267	0,096	0,163	2,790	0,008
Orientasi Pasar	1,634	0,152	0,739	10,722	0,000

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber: SPSS V.25 data diolah oleh peneliti tahun 2025

$$Y = -3,092 + 0,217X_1 + 0,267X_2 + 1,634X_3 + 2,353$$

Dengan interpretasi sebagai berikut:

1. $\beta_0 = -3,092$ artinya apabila variabel Karakteristik Kewirausahaan, *Social Support* dan Orientasi Pasar nilai sama dengan nol atau konstan, maka nilai Keberhasilan Usaha sebesar - 3,092
2. $\beta_1 = 0,217$, artinya Karakteristik Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha. Hasil ini menunjukkan semakin baik Karakteristik Kewirausahaan pada warung kelontong madura 24 jam, maka Keberhasilan Usaha juga akan semakin meningkat.
3. $\beta_2 = 0,267$, artinya *Social Support* terhadap Keberhasilan Usaha. Hasil ini menunjukkan semakin tinggi *Social Support* pada pada warung kelontong madura 24 jam, maka akan meningkatkan Keberhasilan Usaha.
4. $\beta_3 = 1,634$, artinya Orientasi Pasar terhadap Keberhasilan Usaha. Hasil ini menunjukkan semakin tinggi Orientasi Pasar pada pada warung kelontong madura 24 jam, maka akan meningkatkan Keberhasilan Usaha.

e = nilai residu/kemungkinan kesalahan dari model persamaan regresi yang disebabkan adanya kemungkinan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi variabel Keberhasilan Usaha (Y) tetapi tidak dimasukkan kedalam model persamaan. Standart error sebesar 2,353 artinya seluruh variabel yang dihitung dalam uji *SPSS versi 25 for Windows 10* memiliki tingkat variabel pengganggu sebesar 2,353.

Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini untuk melihat sejauh mana pengaruh secara parsial (sendiri-sendiri) variabel X (Karakteristik Kewirausahaan, *Social Support* dan Orientasi Pasar) terhadap variabel Y (Keberhasilan Usaha).

Mencari t_{tabel} :

$$\begin{aligned} \text{Dimana } df &= n - k \text{ (a/2)} \\ &= 40 - 4 \text{ (0,05/2)} = 36 \text{ (0,025)} \\ t_{tabel} &= 2,028 \end{aligned}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

k : Jumlah variabel bebas dan variabel terikat

a : 5% (0,05)

Berdasarkan hasil pengolahan dengan menggunakan *SPSS 25.0 for Windows 10* maka didapat hasil uji t yang hasilnya dirangkum pada tabel berikut ini:

Tabel 11 Rekapitulasi Hasil Uji t

No	Variabel	T_{hitung}	T_{tabel}	Keterangan
1	Karakteristik Kewirausahawan	2,730	2,028	diterima
2	<i>Social Support</i>	2,790	2,028	diterima
3	Orientasi Pasar	10,722	2,028	diterima

Sumber: SPSS V.25 data diolah oleh peneliti tahun 2025

a. Karakteristik Kewirausahawan (X_1)

Nilai t_{hitung} untuk Karakteristik Kewirausahawan ini sebesar 2,730. Sementara itu nilai pada t_{tabel} sebesar 2,028, maka $t_{hitung} 2,730 > t_{tabel} 2,028$ dengan nilai $sig 0,010 < 0,05$ berarti H_0 ditolak atau H_a diterima. Hipotesa pertama (H_1) yang menyatakan bahwa Karakteristik Kewirausahawan berpengaruh secara parsial terhadap Keberhasilan Usaha Warung

Kelontong Madura 24 Jam di Kabupaten Jember. Sehingga hipotesis penelitian (H_1) diterima.

b. *Social Support* (X_2)

Nilai t_{hitung} untuk *Social Support* ini sebesar 2,790. Sementara itu nilai pada t_{tabel} sebesar 2,028, maka $t_{hitung} 2,790 > t_{tabel} 2,028$ dengan nilai $sig 0,008 < 0,05$ berarti H_0 ditolak atau H_a diterima. Hipotesa pertama (H_2) yang menyatakan bahwa *Social Support* berpengaruh secara parsial terhadap Keberhasilan Usaha Warung Kelontong Madura 24 Jam di Kabupaten Jember. Sehingga hipotesis penelitian (H_2) diterima.

c. Orientasi Pasar (X_3)

Nilai t_{hitung} untuk Orientasi Pasar ini sebesar 10,722. Sementara itu nilai pada t_{tabel} sebesar 2,028, maka $t_{hitung} 10,722 > t_{tabel} 2,028$ dengan nilai $sig 0,000 < 0,05$ berarti H_0 ditolak atau H_a diterima. Hipotesa pertama (H_3) yang menyatakan bahwa Orientasi Pasar berpengaruh secara parsial terhadap Keberhasilan Usaha Warung Kelontong Madura 24 Jam di Kabupaten Jember. Sehingga hipotesis penelitian (H_3) diterima.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.951 ^a	.905	.897	1.426

Sumber: SPSS V.25 data diolah oleh peneliti tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.17 hasil dari analisis pengaruh Karakteristik Kewirausahaan (X_1), *Social Support* (X_2), Orientasi Pasar (X_3) terhadap Keberhasilan Usaha (Y) seperti pada tabel diatas, menunjukkan nilai koefisien determinasi atau *R square* menunjukkan nilai sebesar 0,905, dari hasil tersebut berarti seluruh variabel bebas (Karakteristik Kewirausahaan, *Social Support* dan Orientasi Pasar) mempunyai kontribusi sebesar 90,5% terhadap variabel terikat (Keberhasilan Usaha Warung Kelontong Madura 24 Jam di Kabupaten Jember) dengan pengaruh tinggi atau kuat, dan sisanya sebesar 9,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti kondisi ekonomi makro, teknologi pembayaran digital, serta kebijakan pemerintah setempat.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara statistik ketiga hipotesis yang diajukan mendukung teori dan hipotesis yang diajukan yaitu pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, *Social Support* dan Orientasi Pasar terhadap Keberhasilan Usaha. Berdasarkan hasil pengujian secara statistik, penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan (X_1) terhadap Keberhasilan Usaha (Y)

Variabel Karakteristik Kewirausahaan (X_1) terhadap Keberhasilan Usaha Warung Kelontong Madura 24 Jam di Kabupaten Jember (Y) sebesar 2,730 Sementara itu nilai pada t_{tabel} distribusi 5% sebesar 2,028 berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel Karakteristik Kewirausahaan berpengaruh secara parsial terhadap Keberhasilan Usaha Warung Kelontong Madura 24 Jam di Kabupaten Jember. Upaya warung kelontong Madura 24 jam dalam menerapkan Upaya warung kelontong dalam mengoptimalkan karakteristik kewirausahaan meliputi: Proaktif mencari peluang pasar, Kreatif dan inovatif dalam produk serta layanan, Berani mengambil risiko terukur, Tekun dan tidak mudah menyerah, Cepat dalam mengambil keputusan, Berorientasi pada hasil dan kepuasan pelanggan, Mandiri dan bertanggung jawab dalam pengelolaan usaha. Karakteristik kewirausahaan ini sangat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha, karena meningkatkan daya saing, memperluas pelanggan,

serta mendorong peningkatan penjualan dan keberlanjutan usaha. Pemilik warung mampu mengambil keputusan sendiri dalam menjalankan usaha dan berani dalam mengambil risiko atas ketidakpastian usaha.

Menurut Kumara (2020), Kewirausahaan diartikan sebagai kekuatan dalam menghasilkan suatu barang atau jasa yang digunakan sebagai menciptakan nilai tambah untuk menghadapi risiko dalam berbisnis. Keberhasilan warung kelontong Madura 24 jam sangat dipengaruhi oleh karakteristik kewirausahaan pemiliknya. Sifat kerja keras, disiplin, inovatif, berani mengambil risiko, serta kemampuan membangun relasi menjadikan warung mampu: memenuhi kebutuhan konsumen sepanjang waktu, menghadapi persaingan minimarket modern serta menciptakan keuntungan yang berkelanjutan. Tanpa karakteristik tersebut, usaha cenderung sulit berkembang, karena jam operasional panjang dan persaingan pasar yang ketat menuntut ketangguhan wirausahawan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat menurut Hisrich, R.D, Peters, M.P & Shepherd, D. A. (2017) tentang wirausaha mandiri diperlukan para individu yang siap tempur berwirausaha karena usaha berpeka pada hati nurani dan naluri bisnis yang tajam untuk menembus pangsa pasar yang kompetitif. Karakteristik wirausaha dapat berpengaruh terhadap perkembangan usahanya, karakteristik wirausaha kebutuhan akan keberhasilan, keinginan mengambil resiko, percaya diri dan keinginan kuat untuk berbisnis. Hasil penelitian ini sependapat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prasetyo & Zulkarnain (2020) dengan judul Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Dukungan Sosial terhadap Keberhasilan UMKM. Hasil menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha dan dukungan sosial berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM. Penelitian tersebut mengidentifikasi karakteristik seperti semangat tinggi, keinginan berinovasi, dan rasa tanggung jawab sebagai faktor internal yang penting. Selain itu, dukungan sosial, seperti akses pasar dan kemitraan, juga memperkuat perkembangan bisnis dan kemandirian UMKM.

Pengaruh *Social Support* (X_2) terhadap Keberhasilan Usaha (Y)

Variabel *Social support* (X_2) terhadap Keberhasilan Usaha Warung Kelontong Madura 24 Jam di Kabupaten Jember (Y) sebesar 2,790. Sementara itu nilai pada t_{tabel} distribusi 5% sebesar 1,975 berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel *Social support* berpengaruh secara parsial terhadap Keberhasilan Usaha Warung Kelontong Madura 24 Jam di Kabupaten Jember.

Keberhasilan warung kelontong Madura 24 jam tidak hanya ditentukan oleh karakteristik kewirausahaan, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh *Social support*. Dukungan keluarga, masyarakat, teman, dan pelanggan memberikan manfaat berupa motivasi, tenaga, modal, informasi, hingga loyalitas konsumen. Semakin kuat dukungan sosial yang diterima, semakin besar peluang usaha tersebut untuk bertahan, berkembang, dan bersaing dengan minimarket modern. Upaya warung kelontong madura 24 jam *Social support* (dukungan sosial) adalah bantuan yang diterima dari lingkungan sekitar, baik berupa bantuan emosional, informasi, finansial, maupun instrumental yang dapat memperkuat kemampuan pelaku usaha dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya. Bagi warung kelontong, dukungan sosial sangat penting karena usaha kecil ini umumnya dikelola secara mandiri dan memiliki keterbatasan modal, akses pemasok, serta informasi pasar. Dengan dukungan sosial yang kuat, pemilik warung dapat menghadapi tantangan usaha dengan lebih percaya diri, lebih adaptif, dan lebih berdaya. Pemilik warung selalu menerima saran atau masukan yang bermanfaat terkait strategi bisnis dari lingkungan sosial untuk mengembangkan usaha dari panduan orang yang lebih berpengalaman berwirausaha dan mendapatkan pinjaman modal dan toleransi atau pengertian keuangan dari keluarga/kerabat terhadap risiko usaha.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat menurut Sarafino & Smith, (2014) tentang *Social support* (dukungan sosial) adalah persepsi atau pengalaman individu bahwa mereka memperoleh perhatian, bantuan emosional, informasi, dan dukungan instrumental dari orang lain seperti keluarga,

teman, rekan kerja, atau komunitas dalam menghadapi tekanan atau tantangan kehidupan. Hasil penelitian ini sependapat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Heryanto, J. & Wijaya, A. (2023) dengan judul Pengaruh *Social support*, *Self-Efficacy*, dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM. Hasil menunjukkan bahwa Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa jaringan sosial memberikan akses yang lebih luas terhadap informasi, sumber daya, serta peluang pasar, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja UMKM.

Pengaruh Orientasi Pasar (X_3) terhadap Keberhasilan Usaha (Y)

Variabel Orientasi Pasar (X_3) terhadap Keberhasilan Usaha Warung Kelontong Madura 24 Jam di Kabupaten Jember (Y) sebesar 10,722. Sementara itu nilai pada t_{tabel} distribusi 5% sebesar 2,028 berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel Orientasi Pasar berpengaruh secara parsial terhadap Keberhasilan Usaha Warung Kelontong Madura 24 Jam di Kabupaten Jember. Upaya warung kelontong madura 24 jam untuk menerapkan Orientasi pasar merupakan kemampuan usaha untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, memantau kondisi pesaing, serta melakukan koordinasi internal untuk menciptakan nilai yang lebih baik bagi pelanggan. Bagi warung kelontong, orientasi pasar menjadi strategi penting untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan toko modern, minimarket, serta perubahan perilaku konsumen. Pemilik warung dapat memasukan usaha dalam periode pertumbuhan omzet Warung Kelontong Madura 24 Jam berkembang dan menarik lebih banyak pelanggan. Ada peningkatan jumlah pelanggan, perluasan pasar, penambahan produk atau cabang usaha, serta peningkatan kapasitas produksi. Memiliki kemampuan usaha bertahan dalam jangka panjang, baik dari sisi finansial maupun operasional. Mampu mengelola sumber daya secara efektif dan efisien sehingga biaya bisa ditekan dan produktivitas meningkat serta berusaha agar usaha dikenal dan dinilai oleh masyarakat atau pelanggan reputasi yang baik dan mendukung kelangsungan dan perkembangan usaha.

Nguyen, B., Simkin, L., & Canhoto, A. (2023). Orientasi Pasar adalah budaya organisasi yang paling efektif dalam menciptakan perilaku yang menghasilkan nilai superior bagi pembeli dan, akibatnya, kinerja bisnis yang unggul. Orientasi pasar berpengaruh besar terhadap keberhasilan warung kelontong Madura 24 jam. Dengan memahami kebutuhan konsumen, menyesuaikan strategi terhadap pesaing, serta mengelola usaha sesuai permintaan pasar, pemilik warung dapat: meningkatkan loyalitas pelanggan, memperoleh keuntungan berkelanjutan serta mempertahankan eksistensi usaha di tengah persaingan minimarket modern.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat menurut Kotler (2012), mendefinisikan orientasi pasar sebagai proses manajerial untuk mengembangkan dan memelihara tujuan organisasi, budaya untuk mengumpulkan nilai konsumen dan proses secara terus menerus untuk menciptakan nilai tertinggi bagi pembeli dan keahlian sumber daya serta perubahan-perubahan dalam kesempatan pasar. Hasil penelitian ini sependapat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Purwanto, R. E. (2024) dengan judul Pengaruh Karakteristik Wirausaha & Orientasi Kewirausahaan terhadap Keberhasila Usaha Toko Warung Kelontong. Hasil menunjukkan bahwa Karakteristik wirausaha yang baik dan orientasi kewirausahaan yang kuat sangat penting untuk keberhasilan usaha toko warung kelontong, di mana karakteristik seperti inovasi, keberanian mengambil risiko, dan kemandirian menjadi penggerak internal, sementara orientasi kewirausahaan memberikan arah strategis dan kemampuan beradaptasi dengan pasar. Kombinasi kedua hal ini memungkinkan toko kelontong bertahan dan berkembang, bahkan dalam persaingan dengan ritel modern, melalui pemahaman pasar lokal dan strategi bisnis yang tepat.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka kesimpulan atas
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

hasil analisis tersebut adalah:

1. Karakteristik Kewirausahaan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Warung Kelontong Madura 24 Jam di Kabupaten Jember. Artinya semakin mempunyai karakteristik kewirausahaan maka dapat meningkatkan keberhasilan usaha. Sebaliknya jika tidak memiliki karakteristik kewirausahaan maka tidak dapat meningkatkan keberhasilan usaha.
2. *Social Support* berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Warung Kelontong Madura 24 Jam di Kabupaten Jember. Artinya apabila Warung Kelontong Madura 24 Jam memiliki *Social Support* yang baik maka dapat meningkatkan keberhasilan usaha. Sebaliknya jika tidak memiliki *Social Support* yang baik maka keberhasilan usaha tidak tercapai.
3. Ada pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keberhasilan Usaha Warung Kelontong Madura 24 Jam di Kabupaten Jember. Artinya apabila Warung Kelontong Madura 24 jam mempunyai orientasi pasar maka dapat meningkatkan keberhasilan usaha. Sebaliknya jika tidak memiliki orientasi pasar maka tidak dapat meningkatkan keberhasilan usaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan penelitian ini. Penulis berterima kasih kepada (Universitas Muhammadiyah Jember) atas dukungan pendanaan yang memungkinkan penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Bantuan tersebut sangat berarti dalam menunjang keseluruhan proses pengumpulan data, analisis, dan penyusunan laporan penelitian. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada (Universitas Muhammadiyah Jember) atas kemudahan dan kerja sama yang diberikan dalam proses perizinan. Dukungan berupa akses lokasi, data, maupun fasilitas penelitian sangat membantu dalam memperlancar kegiatan studi ini. Penulis saya (Kiki Anggraini) mengapresiasi kontribusi pada (Ibu Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM, Ibu Septy Holisa Umamy, SM., MM, Bpk Dr. Budi Santoso, SE., MM., M.Akun) yang telah memberikan bimbingan, saran teknis, serta konsultasi profesional selama proses penyusunan penelitian. Masukan dan keahlian yang diberikan telah memperkaya analisis dan meningkatkan kualitas hasil penelitian. Tak lupa, penulis berterima kasih kepada seluruh pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan, kerja sama, serta dukungan moral selama penelitian berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, D. (2018). Pengaruh modal usaha, orientasi pasar, dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja ukm kota makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 95–112.
- Agata, A. C., Suhartini, D., & Widoretno, A. A. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Konflik Kepentingan Terhadap Konservatisme Akuntansi Dengan Risiko Litigasi Sebagai Pemoderasi. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 10(2).
- Almaidah, S., Endarwati, T., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Bhakti, A. (2019). Seminar nasional edusainstek Keberhasilan usaha pada ukm penghasil mete di kabupaten wonogiri. *Seminar Nasional Aedusainstek*, 111–124. Retrieved from <http://prosiding.unimus.ac.id>
- Ardiansyah, H. (2017). Arah Dan Kebijakan Politik Ekonomi Indonesia Makin Menyimpang Dari Konstitusi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(3), 327–340.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heryanto, J., & Wijaya, A. (2025). Peran Jaringan Sosial, Self-Efficacy, dan Orientasi Kewirausahaan dalam Meningkatkan Kinerja UMKM di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 7(2), 553–564.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship*. McGraw Hill.
- Husein, et al. (2016). Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 12(2), 100–110.
- Ie, M., & Pratama, V. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pada Usaha Kecil dan Menengah Sektor Ritel. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 156. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.4279>
- Indarto, I., & Santoso, D. (2020). The characteristics of entrepreneurship, business characteristics, and business environment as determinants of the success of micro, small, and medium enterprises. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 54.
- Indriani, D., & Sugiasih, I. (2016). Dukungan sosial dan konflik peran ganda terhadap kesejahteraan psikologis karyawan PT. SC Enterprises Semarang. *Proyeksi*, 11(1), 46–54.
- Lee, D. S., & Ybarra, O. (2017). Cultivating effective social support through abstraction: Reframing social support promotes goal-pursuit. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 43(4), 453–464.
- Prasetyo & Zulkarnain. (2020). Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Dukungan Sosial terhadap Keberhasilan UMKM. *Seminar Nasional Edusainstek ISBN : 2685-5852 FMIPA UNIMUS 2019*.
- Sadjiarto, A., & Kristen Satya Wacana, U. (2021). Karakteristik Kewirausahaan Dan Implikasinya Pada Keberhasilan Usaha Favor Cafe Salatiga (Characteristics of Entrepreneurship and Implications on Business Success of Favor Cafe Salatiga). *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 18(01), 77–92. Retrieved from <http://ejurnal.stieipwija.ac.id/index.php/jmkDOI:http://dx.doi.org/10.33370/jmk.v18i1.532>

- Sarafino, E. P., & Smith, T. W. (2014). *Health psychology: Biopsychosocial interactions*. John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suhartini, Y. (2021). Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Warung Kelontong Di Kasihan Bantul Yogyakarta. *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(2).
- Utama, F., Sari, D. M., Indah, W., & Ningsih, F. (2021). Artikel Penelitian Deteksi dan Analisis Faktor Risiko Hipertensi pada Karyawan di Lingkungan Universitas Sriwijaya. *Jurnal Kesehatan Andalas*, 10(1), 29–38.
- Kotler, P. (2012). *Kotler on marketing*. Simon and Schuster.
- Suhartini, S., Mahbubah, N. A., & Basjir, M. (2021). Marketing strategy design based on information technology in batik small and medium-sized enterprises in Indonesia. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 6(13), 114.