

**Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Penggunaan E-Commerce
Terhadap Perkembangan Usaha Mikro(UMK) Sentra Kuliner Deles Merr
Surabaya**

Siti Mazumah

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, sitimazumah2121@gmail.Com

Drs. Ute Chairuz M Nasution, M.S

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, ute@untag-sby.ac.id

Dra. Awin Mulyanti, M.M

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya , awin@untag-sby.ac.id

Abstract

Alongside the advancement of the period portrayed by financial turn of events, the requirements of human existence have expanded in different ways. to have an instinct to make ends meet, which is why many people choose to survive by working as employees in public or private businesses. by deciding to become an employee out of necessity as a result of an employee's or employer's understanding of how to make money and their desire to know their monthly earnings. The COVID-19 pandemic in 2019 caused a crisis that has affected Indonesia's economy. Many of the country's businesses have laid off employees as a result of the pandemic crisis. ready to oblige the quantity of laborers in Indonesia. Field research is a type of study in which relevant data are obtained through direct observation of the subject at hand. This study employs a quantitative analysis research strategy. This study involves top to bottom information examination as numbers, information assortment utilizing a survey. The analysis of the research reveals that the development of micro enterprises (UMK) Deles Merr Surabaya Culinary Center is significantly impacted simultaneously by entrepreneurial knowledge, motivation, and the use of e-commerce. This is clear from the consequences of the synchronous F test esteem which expresses that at the same time there is an impact between Business venture Information, Inspiration, Utilization of Online business on Business Improvement at the Deles Merr Culinary Center Surabaya. At the Deles Merr Surabaya Culinary Center, the variables Entrepreneurship Knowledge, Motivation, and E-Commerce all have an effect on business growth simultaneously. This demonstrates that every UMK actor at the Deles Merr Surabaya Culinary Center can boost workforce growth, customer growth, and sales turnover in business development by utilizing entrepreneurial knowledge, motivation, and the use of e-commerce.

Keywords: *Knowledge of entrepreneurship, motivation, e-commerce use, and business expansion*

Abstrak

Bersamaan dengan kemajuan era yang dicirikan oleh perkembangan ekonomi, keperluan hidup manusia bertambah bermacam-macam. Untuk mempunyai naluri untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan banyak yang memilih bekerja sebagai pegawai di perusahaan negeri atau swasta untuk bertahan hidup. Dengan memilih untuk menjadi pegawai itu karena faktor kebutuhan karena mindset atau pola pikir yang ditanamkan seorang pegawai bagaimana caranya bisa menghasilkan uang dan yang ada dibenak mereka adalah menjadi pegawai agar dapat mengetahui pendapatannya setiap bulannya. Di Indonesia masalah ekonomi timbul karena krisis dampak pandemi COVID-19 pada tahun 2019. Di masa krisis pandemi ini, banyak bisnis di tanah air yang melancarkan tindakan PHK terhadap karyawannya. Akibatnya, semakin banyaknya pengangguran, yang merupakan indikasi calon sektor formal atau perusahaan-perusahaan tidak lagi mampu menampung angka kerja di Indonesia. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) yakni pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode penelitian analisis kuantitatif. Penelitian ini menggunakan analisis data secara mendalam dalam bentuk angka, pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Menurut analisa dari penelitian memperlihatkan bahwasanya Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Penggunaan E-Commerce berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Perkembangan Usaha mikro (UMK) Sentra Kuliner Deles Merr Surabaya. Hal ini terbukti dari hasil nilai uji simultan F yang menyatakan secara simultan terdapat pengaruh antara Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Penggunaan E-Commerce terhadap Perkembangan Usaha pada Sentra Kuliner Deles Merr Surabaya. Serta variabel Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Penggunaan E-Commerce dengan bersamaan berdampak akan Perkembangan usaha di Sentra Kuliner Deles Merr Surabaya. Hal ini dapat menunjukkan bahwasanya Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Penggunaan E-Commerce dapat meningkatkan omset penjualan, pertumbuhan pelanggan, dan pertumbuhan tenaga kerja pada Perkembangan Usaha pada setiap Pelaku UMK yang ada di Sentra Kuliner Deles Merr Surabaya.

Kata Kunci: Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Penggunaan E-Commerce dan Perkembangan Usaha

Pendahuluan

Karena itu, peran dunia bisnis menjadi semakin penting. Kewirausahaan ialah dari sekian banyak upaya dalam menanggulangi peningkatan jumlah

pengangguran, selain memberikan manfaat ekonomi beberapa aktivitas bisnis membutuhkan oleh masyarakat. Dalam bentuk yang langsung atau tidak langsung, membentuk usaha mandiri dapat menjadi opsi untuk meningkatkan perekonomian keluarga. Meningkatkan semangat kewirausahaan pada generasi muda dipercaya bisa menjadi solusi untuk mengurangi angka pengangguran dan memulai bisnis sendiri seperti usaha makanan yang semakin populer selama masa pandemi Covid-19. Meski mengalami perlambatan, industri ini mampu bertahan dan terus tumbuh sejak 2011. Dengan adanya kebijakan new normal yang diterapkan oleh pemerintah, UMKM mulai bangkit dan beradaptasi dengan kondisi baru yang bertujuan untuk memulihkan kegiatan ekonomi dan sosial ditengah pandemi. Penerapannya meliputi protokol kesehatan yang ketat dan aturan penggunaan teknologi digital. UMKM harus beradaptasi dengan kebijakan ini agar tetap beroperasi dan bertahan saat pendemi.

Sebagai pengusaha kecil dan menengah, UMKM turut berperan dalam mengembangkan persaingan baru, meningkatkan teknologi, menciptakan pasar-pasar baru, serta meningkatkan kesempatan kerja dan hasil produksi. Hal ini akan membantu meningkatkan kreativitas masyarakat yang ingin meningkatkan pendapatan, dan juga membantu memperkenalkan usaha UMKM sebagai ciri khas dan identitas daerah tertentu melalui hasil produksinya. Salah satu contohnya adalah Deles Merr Surabaya yang terletak di Jalan Arif Rachman Hakim, yang menyediakan berbagai jenis kuliner daerah seperti makanan khas Surabaya dan Jawa Timur.

Pengetahuan kewirausahaan akan membantu seseorang berpikir secara kreatif dan inovatif, serta membantu memahami resiko-resiko yang terkait dengan berwirausaha. Oleh karena itu, mempunyai keterampilan dan pengetahuan kewirausahaan akan memudahkan seseorang dalam menjalankan dan mengembangkan bisnis.

Menurut teori motivasi Herzberg, , motivasi terbagi menjadi motivasi intrinsik dan ekstrinsik. Keinginan dalam diri seseorang untuk melakukan aktivitas yang mementingkan diri sendiri dikenal sebagai motivasi intrinsik. Sebaliknya, keinginan untuk melakukan tugas yang dipengaruhi oleh factor eksternal seperti pujian atau hukuman adalah motivasi ekstrisik. yang awalnya kehilangan pekerjaan karena pandemi COVID-19 dapat mengatasi masalah ini dengan menjadi seorang wiraswasta karena adanya motivasi untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Menurut teori motivasi Herzberg, , motivasi terbagi menjadi motivasi intrinsik dan ekstrinsik. Keinginan dalam diri seseorang untuk melakukan aktivitas yang mementingkan diri sendiri dikenal sebagai motivasi intrinsik. Sebaliknya, keinginan untuk melakukan tugas yang dipengaruhi oleh factor eksternal seperti pujian atau hukuman adalah motivasi ekstrisik. yang awalnya kehilangan pekerjaan karena pandemi COVID-19 dapat mengatasi masalah ini

dengan menjadi seorang wiraswasta karena adanya motivasi untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Menurut Kotler & Amstrong (2012), E-commerce yaitu saluran daring yang dapat diakses oleh individu melalui perangkat komputer, yang digunakan oleh pengusaha dalam menjalankan operasional bisnisnya dan digunakan oleh konsumen untuk memperoleh informasi dengan menggunakan bantuan perangkat komputer yang dimulai dengan memberikan layanan informasi kepada konsumen dalam menentukan pilihan. Dikarenakan adanya perdagangan elektronik, tentu saja kesempatan usaha meningkat. Selain teknologi dan komunikasi yang berkualitas, pelaku perdagangan elektronik harus memperhatikan cara penggunaan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Situasi ini

menekankan bahwasanya kita harus mempunyai tingkat kreasi dan inovasi yang tinggi untuk dapat bersaing dengan pengusaha lainnya. Konsumen sebagai pengguna juga mendapatkan kemudahan dengan adanya E-Commerce konsumen sebagai pengguna lebih mudah dalam memesan makanan dan minuman yang diinginkan dengan berbagai pilihan menu dan cara pembayarannya lebih mudah.

Metode

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field ressearch*) yakni pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian analisis kuantitatif, maksudnya bahwa dalam menganalisis data menggunakan angka-angka untuk menggambarkan karakter sebuah kelompok (Syamsuddin dkk, 2011: 85). Penelitian kuantitatif menggunakan analisis data secara mendalam dalam bentuk angka, pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Data yang berupa angka tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut (Martono, 2014: 20). Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha UMKM sentra kuliner deles merr sebanyak 30 responden. Pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* (pengambilan sampel secara tidak acak), teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Sampel terdiri dari 30 responden dengan memiliki karakteristik tertentu. Teknik analisis penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, uji korelasi dan uji oefisien determinasi (R^2)

Hasil Dan Pembahasan

Judul Sub Bab 1

1. Uji Validitas

Uji validitas diperuntukkan dalam mengetahui sah atau tidak sah sebuah variable, angka r-tabulasi dilakukan pencarian terhadap tabel r. angka r_{tabel} dilakukan pencarian dengan rumus dibawah ini.

Tabel Uji Validitas

Variabel		R hitung	R tabulasi	Kesimpulan
Pengetahuan Kewirausahaan (X ₁)	X1.1	0.884	0.361	Valid
	X1.2	0.799	0.361	Valid
	X1.3	0.727	0.361	Valid
Motivasi (X ₂)	X2.1	0.699	0.361	Valid
	X2.2	0.635	0.361	Valid
	X2.3	0.747	0.361	Valid
	X2.4	0.790	0.361	Valid
	X2.5	0.652	0.361	Valid
Penggunaan E-Commerce (X ₃)	X3.1	0.751	0.361	Valid
	X3.2	0.815	0.361	Valid
	X3.3	0.835	0.361	Valid
Perkembangan Usaha(Y)	Y.1	0.529	0.361	Valid
	Y.2	0.459	0.361	Valid
	Y.3	0.587	0.361	Valid
	Y.4	0.522	0.361	Valid
	Y.5	0.449	0.361	Valid
	Y.6	0.519	0.361	Valid
	Y.7	0.464	0.361	Valid
	Y.8	0.515	0.361	Valid
	Y.9	0.636	0.361	Valid

Sumber: Data primer 2023.

menurut persepsi partisipan, masing-masing deskripsi variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X₁), Motivasi (X₂), Penggunaan E-commerce (X₃), dan Pengembangan Usaha (Y) adalah valid. menyatakan bahwasanya Karena setiap item mempunyai r hitung > r tabulasi, yaitu 0,361.

2. Uji Reabilitas

Angket dapat dikatakan reliabel apabila informan mempunyai uraian beberapa persoalan dalam angket yang konstan dalam jangka waktu tertentu. Variabel tersebut dapat dikatakan reliabel apabila mempunyai angka koefisien cronbach's alpha (α) lebih dari 0,6.

Tabel Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Angka Pemanding	Keterangan
Pengetahuan Kewirausahaan	0.724	0,60	Reliabel
Motivasi	0.806	0,60	Reliabel
Penggunaan E-Commerce	0.715	0,60	Reliabel
Perkembangan Usaha	0.879	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer 2023

diketahui bahwasanya nilai Cronbach's Alpha > 0,60 dan dapat diambil simpulan yaitu seluruh variabel mulai dari variabel X_1 (Pengetahuan Kewirausahaan), X_2 (Motivasi), X_3 (Penggunaan E-Commerce) dan variabel Y (Perkembangan Usaha) dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.85743168
Most Extreme Differences	Absolute	.176
	Positive	.176
	Negative	-.096
Test Statistic		.176
Asymp. Sig. (2-tailed)		.019 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.277
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: output SPSS yang diolah penulis 2023

Dari pengujian normalitas dapat angka sig 0,277 > 0,05,

sehingga mampu ditarik simpulan bahwasanya asumsi 2 tidak diterima serta asumsi 1 diterima yakni angka residual tersebar normal. Tak hanya menerapkan bentukone- sampleKolmogorov-Smirnov, P-plot juga diterapkan dengan pengujian normalitas.

2. Multikolinieritas

Dalam uji multikolinieritas berguna agar mengetahui adakahubungan antara variabel independent atau variabel bebas.

Tabel Uji Multikolinieritas

Variabel	nilai VIF	Toleranc e
PengetahuanKewirausaha an	1,182	0,846
Motivasi	1,109	0,901
Penggunaan E-Commerce	1,069	0,935

Sumber: Output SPSS yang diolah penulis, 2023

pengujian multikolinieritas, angka Toleransi > 0,1 Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X1) = 0,846, Variabel Motivasi (X2) = 0,901 dan Variabel Penggunaan E-Commerce (X3) = 0,935 sementara angka VIF Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X1) = 1,182 Variabel Motivasi (X2) = 1,109 dan Variabel Penggunaan E-Commerce (X3) = 1,069 < 10,00, sebab itu bisa ambil simpulan bahwasanya tidak ada multikolinieritas.

3. Heterokedastisitas

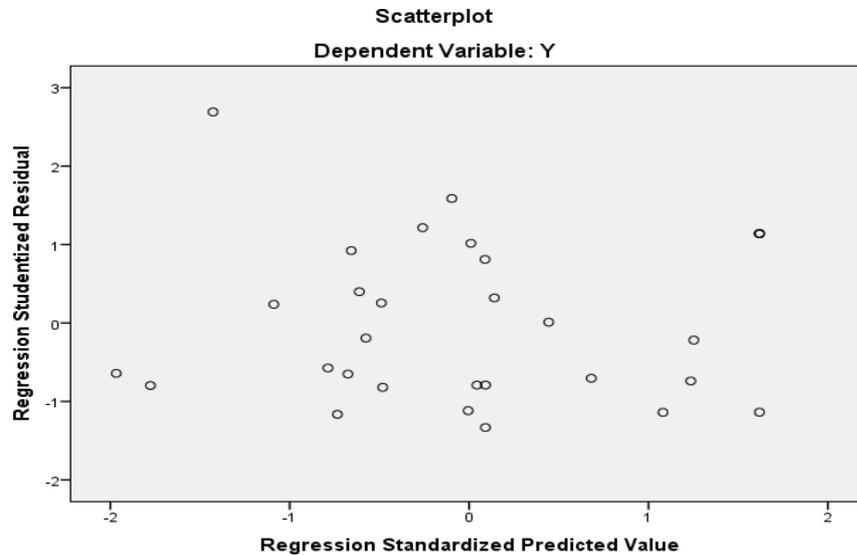
Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.980	1.536		1.289	.209
	X1	.040	.165	.051	.244	.809
	X2	-.037	.103	-.074	-.361	.721
	X3	.081	.152	.107	.535	.597

a. Dependent Variable: Abs RES

Menurutriset heteroskedastisitas, bahwasanya variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X1) mempunyaianangka sig 0,809, dan variabel Motivasi (X2) mempunyaianangka sig senilai 0,809, dan variabel penggunaan E- Commerce (X3) mempunyaianangka sig 0,721,>peluang 5% (0,05). Oleh sebab itu dibuktikan adanya

homokedastisitas atau taka da heterokedastisitas

Gambar Uji Heteroskedastisitas Scatterplot



Berdasarkan pada skema setelah pengujian heteroskedastisitas bentuk scatterplot, adanya poin-poin yang tersebar, dengan demikian bisa diambil simpulan bahwasanya regresi ada homoskedastisitas atau takada heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a											
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.546	3.007		3.175	.004					
	X1	.548	.323	.271	1.696	.102	.460	.316	.250	.846	1.182
	X2	.624	.202	.479	3.090	.005	.573	.518	.455	.901	1.109
	X3	.295	.298	.151	.991	.331	.247	.191	.146	.935	1.069

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer diolah dari SPSS penulis, 2023

Menurut tabulasi diatas, bentuk rumus regresi linier dijabarkan dibawah ini

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 9,546 + 0,548X_1 + 0,624X_2 + 0,295X_3$$

Rumus diatas dijabarkan dibawah ini:

- A. Nilai konstanta adalah 9,546. Dimana, apabila hasil variabel dependen atau independen diakui 0, maka Pengembangan Usaha naik sebanyak 9.546
- B. Koefisien regresi variabel pengetahuan kewirausahaan (X1) sebesar 0,548. Dimana apabila variabel Pengetahuan Kewirausahaan naik satu melalui asumsi variabel Motivasi (X2) dan variabel Penggunaan E-Commerce (X3) konsisten, sehingga Pengembangan Usaha (Y) naik sebanyak 0,548.
- C. Koefisien regresi variabel Motivasi (X2) sebanyak 0,624. Dimana apabila variabel motivasi naik satu mellalui asumsi variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X1) dan variabel Penggunaan E-Commerce (X3) konsisten, sehingga Pengembangan Usaha (Y) naik sebanyak 0,624.
- D. Koefisien regresi variabel Penggunaan E-Commerce (X3) sebanyak 0,295. Jika variabel Penggunaan E-Commerce meningkat senilai satu dan variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X1) dan Motivasi (X2) diakui konstan, sehingga perkembangan usaha (Y) naik pula sebanyak 0,295.

Sehingga rumus regresi menghasilkan bahwasanya tiap adanya Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, dan penggunaan E- Commerce berdampak akan PerkembanganBisnis.

Uji Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Uji t (uji Parsial) diperuntukkan guna menunjukkan terjadinya dampak antar variabel,(Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Penggunaan E-Commerce) terhadap variabel (Perkembangan Usaha). Derajat sig di kajian ini ialah 5%. Dibawah ini adalah hipotesis yang dikaji:

$$t \text{ table :df} = 30 - 4 = 26, \text{ dengan alpha } 0,05 \text{ two tailed} = 2,05$$

Tabel Uji Parsial

		Coefficients ^a									
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Correlations			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.546	3.007		3.175	.004					
	X1	.548	.323	.271	1.696	.102	.460	.316	.250	.846	1.182
	X2	.624	.202	.479	3.090	.005	.573	.518	.455	.901	1.109
	X3	.295	.298	.151	.991	.331	.247	.191	.146	.935	1.069

a. Dependent Variable: Y

Menurut tabulasi diatas, dalam menemukan angka t tabulasi yakni: $df = n - k$ dengan keterangan:

n = banyaknya sampel

k = Jumlah variabel yang diteliti (variabel bebas dan terikat)

Jadi pada kajian ini $df = 30 - 4 = 26$ mempunyai angka alpha 0,05 diketahui nilai t terbesar 2,050, angka t hitung $>$ t tabulasi, dibawah ini adalah hasil pengujian hipotesa:

1,696	<	2,050	terima H0	(X1) Tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y
3,090	>	2,050	tolak H0	(X2) Berpengaruh signifikan terhadap variabel Y
0,991	<	2,050	terima H0	(X3) Tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y

Uji F

untuk menguji hipotesis dari uji F sebagai berikut:

Tabel Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	183.438	3	61.146	6.714	.002 ^b
	Residual	236.783	26	9.107		
	Total	420.221	29			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber: Hasil kuesioner diolah penulis, 2023

Menurut pada tabulasi 4.17 guna menemukan angka F tabulasi ialah: $Df_1 = dk \text{ pembilang} = k = 4$

$Df_2 = dk \text{ penyebut} = n - k - 1 = 30 - 4 - 1 = 27$

Menurut tabulasi $F(\alpha) = 5\%$ didapatkan angka F tabulasi dan df pembilang = 4 dan df penyebut = 27 ialah senilai 2,73. Hipotesa diterima apabila angka F hitung $>$ F tabulasi, bisa diambil kesimpulan bahwasanya:

Nilai F hitung sebanyak $6,714 >$ F tabulasi sebanyak 2,73 dan kerelevanan sebanyak 0,000. Sehingga di riset ini dinyatakan secara simultan dapat pengaruh antara Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Penggunaan E- Commerce⁶⁰ secara bersama-sama (simultan)

terhadap Perkembangan Usaha disentra kuliner Deles Merr Surabaya

Uji r

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.661 ^a	.437	.372	3.017784	2.277

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

pengujian hubungan bagan (R) secara parsial melalui angkakoeffisiensebanyak 0,661, memperlihatkan bilangan yang dekat dengan bilangan 1 dimana rentang koefisien terletak di 0,60 - 0,799 sehingga didapatkan bahwa sanyaderajat korelasi antar variable kuat.

Uji R-Square

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.661 ^a	.437	.372	3.017784	2.277

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

R Square (R^2) sebanyak 0,437 sehingga 43,7% variable Y dapat dijelaskan dari tiga variable X, sedangkan sisanya ($100\% - 43,7\% = 56,3\%$). Maka 56,3% dapat dijelaskan oleh sebab-sebab diluar model seperti Pengetahuan kewirausahaan, Motivasi, Penggunaan E-Commerce dan Faktor lain.

Pembahasan

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Perkembangan Usaha

Dari analisis riset ditunjukkan bahwa sanya Pengetahuan Kewirausahaan dengan indikator manfaat pengetahuan kewirausahaan, kemampuan pemecahan masalah (solusi) dan minat ini tidak berpengaruh signifikan terhadap tingginya tingkat Perkembangan Usaha mikro kecil (UMK) sentra Kuliner Deles Surabaya. Dapat terlihat dari tabulasi uji parsial (uji t) yang mnghasilkan angka t hitung < nilai t tabulasi yang artinya H_0 ditolak atau sama dengan hipotesis Pengetahuan Kewirausahaan tak berdampak relevan akan tingkat

Perkembangan Bisnis di Sentra Kuliner Deles Merr Surabaya ditolak. Menurut Penulis Pengetahuan Kewirausahaan tidak berpengaruh bagi pelaku UMK di Sentra Kuliner Deles Merr Surabaya karena pelaku tidak membutuhkan teori – teori tentang Pengetahuan Kewirausahaan pelaku usaha lebih banyak membutuhkan Praktek usaha dan membutuhkan Modal yang tinggi untuk mengembangkan.

Pengaruh Motivasi Terhadap Perkembangan Usaha

Dari analisis riset bahwasanya Motivasi dengan golongan harapan berhasil, dorongan serta komponen kewirausahaan, visi misi, awardee, aktivitas seru ini berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan Usaha mikro kecil (UMK) Sentra Kuliner Deles Surabaya. Dapat terlihat dari tabulasi uji parsial (uji t) yang menghasilkan angka t hitung > nilai t tabulasi yang artinya H_0 diterima atau sama dengan hipotesis Motivasi berdampak akan Perkembangan Usaha. Dengan demikian menunjukkan bahwasanya Motivasi adalah elemen penting dalam Perkembangan Bisnis Sentra kuliner Deles Merr Surabaya. Dari penelitian ini dan kajian lama oleh pesta gulto, liza agustin dengan judul Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Bisnis Farmasi Di Kecamatan Medan Petisah, dengan mengaggaskan bahwasanya secara sebagian, Motivasi Berwirausaha berdampak baik dan relevan akan perkembangan usaha.

Pengaruh Penggunaan E- Commerce Terhadap Perkembangan Usaha

Menurut analisa penelitian ditunjukkan bahwasanya Penggunaan E-Commerce dengan indikator efisiensi, reputasi, kemudahan dalam berbisnis ini tidak berpengaruh signifikan terhadap tingginya tingkat Perkembangan Usaha mikro kecil (UMK) Sentra Kuliner Deles Merr Surabaya. Dapat terlihat dari tabulasi uji parsial (uji t) yang memperlihatkan nilai t hitung < nilai t tabulasi yang artinya H_0 ditolak atau sama dengan hipotesis Penggunaan E-Commerce tak berdampak relevan akan tingkat Perkembangan Usaha di Sentra Kuliner Deles Merr Surabaya ditolak. Karena Sntra Kuliner Deles Merr ini letaknya strategis dekat dengan Kampus Unipra, ITS, dan Kantor – kantor sehingga pelanggan/ konsumen di Sentra Kuliner Deles Merr Surabaya ini lebih suka datang langsung untuk membeli makanan daripada memesan makanan lewat media E-Commerce seperti gofood, Grabfood, shopeefood.

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Penggunaan E-Commerce Terhadap Perkembangan Usaha

Menurut analisa dari penelitian memperlihatkan bahwasanya Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Penggunaan E-Commerce berpengaruh signifikan⁶² secara bersama-sama (simultan)

terhadap Perkembangan Usaha mikro (UMK) Sentra Kuliner Deles Merr Surabaya. Hal ini terbukti dari hasil nilai uji simultan F yang menyatakan secara simultan terdapat pengaruh antara Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Penggunaan E- Commerce terhadap Perkembangan Usaha pada Sentra Kuliner Deles Merr Surabaya. Kemudian dari hasil determinasi koefisiensi (R^2) menyebutkan bahwasanyadari ketiga variable Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Penggunaan E- Commerce yang mempengaruhi variabel Perkembangan Usaha yang sudah di uji secara parsial dengan hasil 43,7% serta sebagian akhir berdampak karena variabel lain yang tak disebutkan di kajian ini.

Dapat disimpulkan UMKM Sentra Kuliner Deles Merr Surabaya telah melakukan Perkembangan Usaha untuk meningkatkan omset penjualan, pertumbuhan pelanggan dan pertumbuhan tenaga kerja yang dipengaruhi oleh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Penggunaan E-commerce.

Kesimpulan

Pada hasil kajian ini diperuntukkan guna menentukan adakah dampak dari Pengetahuan kewirausahaan, Motivasi, Penggunaan E-Commerce terhadap Perkembangan Usaha mikro kecil (UMK) Sentra Deles Merr Surabaya, dengan jumlah partisipan 30 orang. Menurut data yang dikumpulkan kemudian dilakukan pengujian bahwasanya Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi dan Penggunaan E-Commerce secara simultan berpengaruh terhadap Perkembangan usaha mikro (UMK) Sentra Kuliner Deles Merr Surabaya. Penelitian ini dapat dilihat pada uji determinasi (R^2) dimana menyebutkan Nilai R^2 sebanyak 0,437 dengan kata lain 43,7% variabel Perkembangan Usaha dipengaruhi dengan variabel Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Penggunaan E-Commerce.

Selain itu variabel Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan E-Commerce secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan Usaha di sentra kuliner deles merr Surabaya. Bisa dipahami melalui pengujian parsial uji t yang memperlihatkan angka t hitung lebih kecil dari nilai t tabulasi, artinya H_0 ditolak atau sama dengan hipotesis pengetahuan kewirausahaan tak berdampak relevan akan tingkat perkembangan usaha di Sentra Kuliner Deles Merr Surabaya ditolak. Menurut Penulis Pengetahuan Kewirausahaan tidak berpengaruh bagi pelaku UMK di Sentra Kuliner Deles Merr Surabaya karena pelaku tidak membutuhkan teori – teori tentang Pengetahuan Kewirausahaan pelaku usaha lebih banyak membutuhkan Praktek usaha dan

membutuhkan Modal yang tinggi untuk mengembangkan dan untuk Penggunaan E- Commerce pelanggan Sentra Kuliner Deles Merr Surabaya ini memilih untuk datang langsung untuk memesan makanan daripada memesan makanan lewat media E-Commerce.

Sementara itu variabel Motivasi secara parsial berdampak relevan akan Perkembangan Usaha di Sentra kuliner deles merr Surabaya dimana pengujian t yang menunjukkan nilai t hitung > nilai t tabulasi yang artinya Ha diterima atau sama dengan hipotesis motivasi berdampak akan Perkembangan Usaha.

Serta variabel Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Penggunaan E-Commerce dengan bersamaan berdampak akan Perkembangan usaha di Sentra Kuliner Deles Merr Surabaya Hal ini dapat menunjukkan bahwasanya Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Penggunaan E-Commerce dapat meningkatkan omset penjualan, pertubuhan pelanggan, dan pertumbuhan tenaga kerja pada Perkembangan Usaha pada setiap Pelaku UMK yang ada di Sentra Kuliner Deles Merr Surabaya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penullis pannjatkan kepada Allah SWT dengan segala karunia-ny, dan penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah mambantu dalam proses penulisan penelitian ini. Penulis berterima kasih kepada Unversitas 17 Agustus 1945 Surabayayang menjadikan tempat untuk mencari ilmu dan semoga ilmu yang penulis dapatkan bermanfaat kelak bagi semua pihak di masa mendatang

DAFTAR PUSTAKA

- A, Muri Yusuf. (2002). *Kesiapan Kerja*. Surabaya: SIC.
- A.B Susanto (2009). *Reputation Driven Corporate Social Responsibility. Pendekatan StartegicManagement Dalam CSR*. Jakarta: Erlangga.
- Anas sudijono. (2009). *Pengantar evaluasi pendidikan*. Jakarta: Rajagrafindo.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arisandi, Y. T. (2018). *Deskripsi Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Tanaman Anggrek Pada Alya Orchid Dibanjarmasin*. Administrasi Negara, 1-8.

Arman Hakim Nasution dkk. (2007). *Entrepreneurship Membangun Spirit Teknopreneurship*.

Yogyakarta: Cv Andi Offset.

Astuti, A. P., Novaria, R., & Andayani, S. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Motivasi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Berwirausaha Anak Muda di Surabaya. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 6(2), 1-14.

B. Uno, Hamzah. 2008. *Teori Motivasi dan Pengukurannya*, Jakarta: Bumi

Aksara. Danang, Sunyoto. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*.

Jakarta: PT Buku Seru. Darmawan, Deni. 2014. *Metodologi Penelitian*

Kuantitatif. Bandung: Remaja. Rosdakarya. Djaali. (2009). *Psikologi*

Pendidikan. Jakarta : Bumi Aksara.

Durianto, Darmadi dkk. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Eka Putri, Luthfia. (2023). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Di Indonesia.

Tafidu Jurnal Vol. 2 No.1

Fitriani., dkk. (2022). *Pelatihan Kewirausahaan Mengubah Mindset Pekerja menjadi Wirausaha Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Port Numbay*. Jayapura.

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hanifati, K. (2017). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kompetensi Sosial Dan Lingkungan Bisnis Terhadap Pertumbuhan Usaha*. Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, 1-16.