

ANALISIS FAKTOR FAKTOR KARAKTERISTIK JIWA KEWIRAUSAHAAN DALAM KEBERHASILAN MENGELOLA CAFFE DOUBLE D

ANALYSIS OF FACTORS OF CHARACTERISTIC FACTORS OF BUSINESS ENTREPRENEURS IN THE SUCCESS OF MANAGING DOUBLE CAFFE D

¹⁾Moch Meyrdan Firdaus, ²⁾Retno Setyorini

^{1,2)}Prodi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹⁾meyrdanfirdaus@student.telkomuniversity.ac.id ²⁾ennosrini@gmail.com

Abstrak

Di saat maraknya persaingan antar Caffe di Kota Majalengka, Denny yang merupakan salah satu Pembisnis Caffe Kopi di Majalengka, adalah contoh Pembisnis yang berhasil. Maka, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor karakteristik jiwa kewirausahaan dalam keberhasilan mengelola Caffe Double D. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan Nonprobability sampling dengan jumlah responden 25 orang. Teknik analisis faktor digunakan untuk menganalisis setiap faktor-faktor karakteristik jiwa kewirausahaan dalam keberhasilan mengelola Caffe Double D. Berdasarkan teknik analisis faktor dengan menggunakan 16 faktor, maka hasil penelitian ini adalah terbentuknya tiga faktor baru, yaitu kepemimpinan, Peristatif dan Orientasi Masa Depan. Dari hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor yang paling dominan yaitu faktor Kepemimpinan yang terdiri dari variabel tepat waktu, menepati janji, memiliki kepercayaan diri yang kuat, serta memiliki kemauan yang keras.

Kata Kunci: Analisis Faktor, Caffe Double D, Jiwa Kewirausahaan.

Abstract

At the height of competition between Caffe in Majalengka City, Denny, who is one of the Coffee Caffe Businessmen in Majalengka, is an example of a successful businessman. So, the purpose of this research is to find out the characteristic factors of entrepreneurial spirit in successfully managing Caffe Double D.

This research uses quantitative methods with descriptive research type. Sampling was done by Nonprobability sampling with 25 respondents. Factor analysis techniques are used to analyze each of the factors characteristic of the entrepreneurial spirit in successfully managing Caffe Double D.

Based on the factor analysis technique using 16 factors, the results of this study are the formation of three new factors, namely leadership, Peristative and Future Orientation. From the results of the analysis, it can be concluded that the most dominant factor is the Leadership factor which consists of timely variables, keeping promises, has strong self-confidence, and has a strong will.

Keywords: Factor Analysis, Caffe Double D, Entrepreneurial Soul.

1. Pendahuluan

Keberhasilan Usaha yaitu kegiatan yang meliputi pemanfaatan peluang sumber daya dan mampu berinovasi dengan peluang tersebut. Adapun menurut para ahli, menurut Tando (2013:2) Keberhasilan Usaha adalah proses penciptaan sesuatu yang berbeda nilainya dengan menggunakan usaha dan waktu yang diperlukan, memikul risiko finansial, psikologi, dan sosial yang menyertainya, serta menerima jasa moneter dan kepuasan pribadi.

Adapun menurut Purwana & Wibowo (2017:26) Keberhasilan Usaha merupakan kemampuan seseorang dalam mengambil risiko untuk mencapai tujuan yang dikehendaki. Tujuan yang ingin diraih adalah kesejahteraan hidup bagi dirinya, keluarga dan masyarakat.

Menurut Daryanto & Cahyono (2013: 6) Keberhasilan Usaha merupakan sikap, jiwa, semangat mulia pada diri seseorang yang inovatif, kreatif, berupaya untuk kemajuan pribadi dan masyarakat. Jadi alangkah baiknya kewirausahaan ada pada setiap orang, (guru, pegawai, rumah tangga, dan lain lain) tidak hanya sebatas pada pengusaha saja.

Pada proses pemilihan kualitas Kopi, Double D Cafe belum mempunyai sistem pendukung keputusan yang dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan Caffe yang tepat. Pengambil keputusan juga sering kali kesulitan dalam memilih karena belum adanya metode yang diterapkan dalam mengembangkan Caffe. Apabila perusahaan tidak tepat dalam mengembangkan maka kedepannya akan banyak masalah pada perusahaan tersebut, yang akhirnya berujung pada kerugian bagi perusahaan.

Cara Denny mengembangkan Caffe dengan inovasi yang dilakukan dengan berbagai cara, yang pertama

adalah wirausahawan harus mengenali hubungan sekitar. Banyak penemuan dan inovasi lahir sebagai cara pandang terhadap suatu hubungan baru dan berbeda antara objek, proses, bahan, teknologi dan orang. Untuk membantu kreatifitas, kita dapat melakukan cara pandang kita terhadap hubungan kita dengan lingkungan alam sekitar. Orang yang kreatif akan memiliki hubungan intuisi tertentu untuk dapat mengembangkan dan mengenali hubungan yang baru. Selain itu untuk dapat melakukan kreativitas agar dapat berimajinasi yang inovatif gunakanlah otak bagian kanan, sedangkan otak bagian kiri digunakan untuk bekerja. Proses kreativitas yang inovatif meliputi pemikiran logis dan analitis terhadap pengetahuan, evaluasi dan tahap implementasi. Jadi Denny ingin lebih kreatif, kita harus melatih dan mengembangkan kemampuan kedua otak kita tersebut untuk mengembangkan bisnis Caffe nya . Dan yang terakhir, untuk menjadi seorang yang kreatif dan inovatif dalam berwirausaha, maka Denny harus selalu berfikir positif agar dapat menjadi orang yang sukses dalam mengembangkan Double D Caffe menjadi Caffe yang berkualitas.

Untuk dapat mengembangkan Caffe yang tepat tidak lagi hanya dengan melihat harga yang ditawarkan, banyak kriteria – kriteria yang harus dipertimbangkan, baik kualitatif maupun kuantitatif (Lim & Zhang, 2016). Dalam mengembangkan Caffe, kriteria menjadi satu hal yang penting dan perlu diperhatikan. Pada sistem eksisting, kriteria mengembangkan Caffe yang digunakan Double D Cafe hanya harga, spesifikasi produk dan garansi produk. Selain itu, pada proses mengembangkan Caffe di Double D Cafe belum adanya pemberian nilai atau bobot pada alternatif dengan menggunakan berbagai kriteria yang sesuai. Hal ini mengakibatkan pengembangan Caffe yang terpilih belum tentu merupakan yang tepat bagi Double D Cafe. Untuk mengantisipasi hal tersebut, maka diperlukan sistem pendukung keputusan mengembangkan Caffe yang dapat menilai kriteria kualitatif dan kuantitatif yang sesuai dengan kondisi Double D Cafe .

Dengan tekad yang kuat, Denny berencana melakukan Kerja Sama dengan Caffe terkenal yang ada di Jawa Barat. Dari awal mengembangkan Caffe, Denny memutuskan untuk tidak berutang dan memilih untuk tidak sembarangan mencari investor. Ditolak dan direndahkan adalah makanan sehari-hari yang harus dihadapinya. Namun, penolakan itu tidak sia-sia, Denny berhasil mengumpulkan uang dari usahanya dan ia berhasil mengembangkan Double D Caffe mampu bersaing dengan caffe caffe lainnya.

Hambatan-hambatan yang di alami oleh Denny saat mengembangkan Caffe nya, diminimalisir atau justru dihilangkan karena dalam berwirausaha, kreatifitas sangatlah dibutuhkan dan jangan sampai hambatan menjadi permasalahan yang membuat ide kreatif Denny tidak berkembang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kreatifitas wirausaha merupakan kemampuan seseorang untuk menuangkan ide dan gagasan melalui berfikir kreatif menciptakan sesuatu yang menuntut pemsatan, perhatian, kemauan, kerja keras dan ketekunan dalam mengembangkan bisnis Caffe tersebut.

Setelah proses akuisisi, Denny memutuskan untuk mempertahankan karyawan Double D Caffe Namun, ia malah mendapat perlakuan yang kurang menyenangkan dari karyawannya. Banyak karyawan yang curiga dan memandang sinis dari perubahan yang dibuat Denny. Tapi, dengan sistem kekeluargaan, Denny merangkul karyawannya dan memberikan pilihan atas saham Double D Caffe dan karyawan semakin tinggi. Hal ini tentu sangat berpengaruh dalam perkembangan bisnis Denny.

Berbeda dari Double D Caffe Sebelumnya hanya sebatas Kedai Kecil, Kini Double D Caffe telah menjadi Caffe kopi yang Berkualitas tinggi, tempat yang berada di tengah kota dan populer di kalangan Anak Muda maupun Masyarakat yang ada di Kota Majalengka. Ekspansi ini tidak dilakukan Denny sendiri, ia dibantu oleh Teddy untuk memberikan saran dan tujuan mengembangkan Caffe , Meyrdan yang dipilih langsung oleh Denny untuk mengembangkan bisnisnya di seluruh Kota Kota Besar yang ada di Jawa Barat. Saat ini, Double D Caffe telah memiliki cabang di Kota Besar di antaranya : Tasikmalaya , dan Bandung , siap memanjakan lidah para penikmat kopi dan menu menu Khas Double D Caffe yang nikmat untuk mengisi Hari Harinya.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, menunjukan bahwa Double D Caffe ini dapat dikatakan berhasil dalam menjalankan Bisnis Caffennya, keberhasilan Double D Caffe ini menjadi motivasi bagi peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui lebih jauh faktor-faktor jiwa kewirausahaan apa saja yang dimiliki oleh pemilik Double D Caffe di Kota Majalengka dengan judul penelitian :

“ ANALISIS FAKTOR FAKTOR KARAKTERISTIK JIWA KEWIRAUSAHAAN DALAM KEBERHASILAN MENGELOLA CAFFE DOUBLE D “

2. Tinjauan Pustaka

Kewirausahaan yaitu kegiatan yang meliputi pemanfaatan peluang sumber daya dan mampu berinovasi dengan peluang tersebut. Adapun menurut para ahli, menurut Tando (2013:2) Kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang berbedanilainya dengan menggunakan usaha dan waktu yang diperlukan, memikul risiko finansial, psikologi, dan sosial yang menyertainya, serta menerima jasa moneter dan kepuasan pribadi.

Adapun menurut Purwana & Wibowo (2017:26) Kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang dalam mengambil risiko untuk mencapai tujuan yang dikehendaki. Tujuan yang ingin diraih adalah kesejahteraan hidup bagi dirinya, keluarga dan masyarakat.

Menurut Daryanto & Cahyono (2013: 6) Kewirausahaan merupakan sikap, jiwa, semangat mulia pada diri seseorang yang inovatif, kreatif, berupaya untuk kemajuan pribadi dan masyarakat. Jadi alangkah baiknya

kewirausahaan ada pada setiap orang, (guru, pegawai, rumah tangga, dan lain lain) tidak hanya sebatas pada pengusaha saja.

Menurut Trihatmoko & Harsono (2017:21), kewirausahaan (*Entrepreneurship*) adalah suatu aktivitas dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki seseorang atau organisasional yang bertujuan memberikan nilai tambah pada sumber daya tersebut menuju pada pertumbuhan nilai (*value*) ekonomi secara berkelanjutan.

2.1.1 Wirausahawan

Seseorang yang memiliki semangat kewirausahaan disebut wirausahawan, menurut Purwana & Wibowo (2017:26) Wirausahawan adalah mereka yang mendirikan, mengelola, mengembangkan, dan melembagakan usaha miliknya, sendiri sekaligus bisa menciptakan lapangan kerja bagi orang lain. Wirausahawan akan muncul dan berkembang bila ada peluang dan tantangan dalam bidang ekonomi.

Menurut Daryanto & Cahyono (2013: 6) wirausahawan adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan dan tindakan tepat guna dalam memastikan kesuksesan.

Menurut Suryana & Bayu (2010: 15), wirausahawan ialah kemampuan mendobrak sistem ekonomi adalah ciri khas seorang wirausaha. Hal tersebut dilakukan dengan memperkenalkan barang dan jasa baru, menciptakan bentuk organisasi baru, atau mengolah bahan baku baru. Namun, hal tersebut bisa terlaksana, jika orang mempunyai kecerdasan wirausaha, yakni kemampuan seseorang dalam mengenali dan mengelola diri serta berbagai peluang maupun sumber daya sekitarnya secara kreatif untuk menciptakan nilai tambah bagi dirinya secara berkelanjutan. Sebab, menjadi wirausaha tidak hanya membangun bisnis semata namun juga mengubah pola pikir dan pola tindak yang menghasilkan kreatifitas dan inovasi.

2.1.2 Karakteristik Jiwa Kewirausahaan

Seseorang dikatakan punya jiwa wirausaha bila melihat peluang, pantang menyerah, kreatif, dan berani mengambil resiko. Karakteristik itulah yang mendorong maju tidaknya sebuah usaha, menurut Alifuddin & Razak (2015: 29). Menurut Hery (2017: 1-4), seorang wirausahawan pada umumnya memiliki profil atau karakter sebagai berikut :

a. Hasrat akan tanggung jawab

Wirausahawan memiliki tanggung jawab yang sangat besar terhadap hasil atau usaha yang mereka jalankan. Mereka sangat fokus untuk mengendalikan sumber daya yang ada dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

b. Menyukai risiko yang tidak terlalu besar (menengah)

Wirausahawan menjalankan bisnisnya dengan memperhitungkan risiko yang bersedia ditanggungnya. Dalam hal ini, wirausahawan menetapkan tujuan yang realistis dan dapat diraih. Dengan mengambil risiko yang telah diperhitungkan sebelumnya, wirausahawan memanfaatkan peluang yang ada untuk menjalankan bisnis baru namun sesuai dengan pengetahuan, latar belakang, serta pengalamannya.

c. Meyakini kemampuannya untuk sukses

Penting bagi wirausahawan untuk selalu optimis terhadap kemampuannya dalam esan. Wirausahawan tidak boleh mengandalkan pada keberuntungan, melainkan percaya pada diri sendiri bahwa bisnis yang dijalankannya harus dan pasti akan berhasil. Dengan tingkat optimisme yang tinggi, hambatan demi hambatan harus dapat dilalui sebelum akhirnya berhasil.

d. Hasrat untuk mendapat

Wirausahawan harus menikmati tantangan dalam menjalankan bisnisnya dan terus-menerus mencari umpan balik untuk mengetahui sebaik apa mereka berusaha. Wirausahawan harus menyukai segala sesuatu yang berhubungan dengan kreativitas dan tantangan.

f. Memiliki tingkat energi yang tinggi

Wirausahawan harus lebih enerjik dibandingkan kebanyakan orang. Energi ini menjadi faktor penentu mengingat luar biasanya upaya yang diperlukan untuk menjalankan usaha (bisnis). Mereka harus senantiasa bekerja keras dalam waktu lama yang sangat melelahkan.

g. Memiliki orientasi masa depan

Wirausahawan yang sukses memiliki kepekaan yang tinggi dalam melihat peluang dan fokus pada masa depan. Mereka melihat ke depan dan tidak begitu mempersoalkan apa yang telah dikerjakan kemarin. Mereka juga tidak puas hanya dengan duduk dan bersenang-senang dalam keberhasilannya, melainkan tetap berfokus pada masa depan.

h. Memiliki keterampilan organisasi

Wirausahawan harus mengetahui bagaimana mengelola organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, mulai dari perencanaan, pengendalian, hingga mempekerjakan orang-orang yang tepat sesuai dengan tugasnya masing-masing.

i. Fokus pada kinerja dibanding uang

Kinerja (prestasi) seharusnya menjadi motivasi utama wirausahawan, sedangkan uang hanyalah untuk menghitung nilai dari pencapaian tujuan (simbol prestasi). Jadi, yang mendorong para wirausahawan untuk maju adalah hal-hal yang lebih kompleks dan lebih mulia daripada sekedar uang.

j. Memiliki komitmen yang tinggi

Agar berhasil, wirausahawan harus memiliki komitmen yang penuh dan kerja keras. Mereka harus terlibat sepenuhnya dalam bisnis mereka, termasuk melewati berbagai rintangan di mana hal ini memerlukan komitmen yang tinggi.

2.1 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor karakteristik jiwa kewirausahaan dalam keberhasilan usaha Double D Caffe di Kota Majalengka. Untuk mengetahui karakteristik jiwa kewirausahaan menurut Hery (2017:1) mencakup karakteristik tanggung jawab, menyukai risiko, percaya diri, Ambisius, Memiliki Energi tinggi, Orientasi masa depan, terampil, komitmen, fleksibilitas, ulet & Selanjutnya menurut Daryanto & Cahyono (2013:7) Disiplin, Kerja keras, Komitmen, Kreatif, Inovatif, Mandiri, Realistis, Jujur, Prestatif.

Cara Denny mengembangkan Caffe dengan inovasi yang dilakukan dengan berbagai cara, yang pertama adalah wirausahawan harus mengenali hubungan sekitar. Banyak penemuan dan inovasi lahir sebagai cara pandang terhadap suatu hubungan baru dan berbeda antara objek, proses, bahan, teknologi dan orang. Untuk membantu kreatifitas, kita dapat melakukan cara pandang kita terhadap hubungan kita dengan lingkungan alam sekitar. Orang yang kreatif akan memiliki hubungan intuisi tertentu untuk dapat mengembangkan dan mengenali hubungan yang baru. Selain itu untuk dapat melakukan kreativitas agar dapat berimajinasi yang inovatif gunakanlah otak bagian kanan, sedangkan otak bagian kiri digunakan untuk bekerja. Proses kreativitas yang inovatif meliputi pemikiran logis dan analitis terhadap pengetahuan, evaluasi dan tahap implementasi. Jadi Denny ingin lebih kreatif, kita harus melatih dan mengembangkan kemampuan kedua otak kita tersebut untuk mengembangkan bisnis Caffe nya. Dan yang terakhir, untuk menjadi seorang yang kreatif dan inovatif dalam berwirausaha, maka Denny harus selalu berfikir positif agar dapat menjadi orang yang sukses dalam mengembangkan Double D Caffe menjadi Caffe yang berkualitas.

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan studi analisis faktor. Penelitian deskriptif adalah penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi yang mengikuti kegiatan penilaian sikap atau pendapat terhadap individu, dari suatu populasi yang meliputi kegiatan penilaian sikap atau pendapat terhadap individu, organisasi, keadaan, ataupun prosedur. Dalam studi ini para peneliti tidak melakukan manipulasi atau memberikan perlakuan-perlakuan tertentu terhadap objek penelitian, semua kegiatan atau peristiwa berjalan seperti apa adanya. Penelitian deskriptif dapat berkenaan langsung dengan kasus-kasus tertentu atau sesuatu populasi yang cukup luas Sudaryono (2017:82).

Metode yang digunakan pada penelitian ini metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014: 35) menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran

3.2.1 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2014: 95) variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Terdapat beberapa jenis variabel diantaranya yaitu:

a. Variabel Independen

Merupakan variabel stimulus, prediktor, antecedent. Adalah variabel bebas atau yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat).

b. Variabel Dependen

Merupakan variabel output, kriteria, konsekuen, atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

c. Variabel Intervening

Merupakan variabel penyela atau antara yang terletak diantara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen.

d. Variabel Moderator

Merupakan variabel yang mempengaruhi (memperkuat dan memperlemah) hubungan antara variabel independen dengan dependen. Variabel disebut juga sebagai variabel independen kedua.

e. Variabel Kontrol

Merupakan variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga pengaruh variabel independen terhadap dependen tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diteliti. Variabel kontrol sering digunakan oleh peneliti, bila akan melakukan penelitian yang bersifat membandingkan.

3.2.2 Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2009: 92) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Pengukuran setiap variabel dalam penelitian ini menggunakan skala ordinal. Skala ordinal (*ordinal scale*) adalah skala pengukuran yang tidak hanya menyatakan kategori tetapi juga menyatakan peringkat *construct* yang diukur.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono, 2014:148). dalam penelitian ini adalah pemilik dan karyawan Double D Caffe di Kota Majalengka yang berjumlah 26 orang.

3.3.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel yaitu bagian dari karakteristik sejumlah populasi tertentu (Sugiyono, 2015:81). Maka diketahui penelitian ini akan menggunakan teknik Nonprobability Sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2014: 154). Teknik sampel yang digunakan yaitu sampling jenuh. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi relatif kecil, kurang dari 20 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil istilah sampel jenuh, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Sampel jenuh juga sering diartikan sampel yang sudah maksimum, ditambah berapapun tidak akan merubah keterwakilan (Sugiyono, 2014: 156). Pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah seluruh jumlah populasi yang ada di Double D Caffe yang berjumlah 26 orang.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan sumbernya, data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder.

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan program 3.2.7. Prosedur dari pengujian validitas adalah *convergent validity* yaitu dengan mengkorelasikan *component score* dengan *construct score* yang nantinya akan menghasilkan nilai *loading factor*. Nilai *loading factor* dikatakan tinggi apabila indikator berkorelasi $\geq 0,7$ dengan konstruk yang ingin diukur. Indikator dianggap valid jika memiliki nilai AVE diatas 0,5. Uji reliabilitas dalam PLS dapat menggunakan dua metode yaitu dilihat dari *Cronbach's alpha* dan nilai *Composite reliability*.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Analisis Deskriptif

4.1.1 Tanggapan Responden Mengenai e-WoM

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dapat diketahui bahwa variabel e-WoM termasuk dalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 71.9%.

4.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Trust

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dapat diketahui bahwa variabel Trust termasuk dalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 76.8%.

4.1.3 Tanggapan Responden Mengenai Purchase Intention

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dapat diketahui bahwa variabel Persepsi Kualitas termasuk dalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 78.16%.

4.2 Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1 Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE	Nilai Kritis	Evaluasi Model
e (X)	0.610	>0,5	Valid
(Z)	0.606		Valid
Purchase Intention (Y)	0.626		Valid

Sumber: Pengolahan Data SmartPLS 3.2.8

Berdasarkan hasil tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai AVE ipada masing-masing konstruk yaitu e-WoM, Trust, dan Purchase Intention diatas 0,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator tersebut dinyatakan valid dan dapat diterima sebagai pengukur variabel laten penelitian.

4.3 Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji *composite reliability* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2 Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Nilai Kritis	Evaluasi Model
(X)	0.926	$\geq 0,7$	Reliabel
(Z)	0.929		Reliabel
<i>Purchase Intention</i> (Y)	0.934		Reliabel

Sumber: Pengolahan Data



Berdasarkan hasil tabel diatas, menunjukkan bahwa konstruk, dan *Purchase Intention* memiliki nilai *composite reliability* $\geq 0,7$. Hal ini dapat dikatakan bahwa konstruk Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, dan Keputusan Pembelian memiliki reliabilitas yang baik.

4.4 Pengaruh *Caffe* terhadap *Trust*

Tabel 3 Pengaruh *e-WoM* terhadap *Trust*

Pengaruh	<i>T-Statistics</i>	<i>T-Table</i>
<i>Trust</i>	45.355	1.649

Sumber: Pengolahan Data SmartPLS 3.2.8

Berdasarkan tabel diatas didapat nilai *T-Statistics* sebesar 45.355. Karena nilai *T-Statistic* lebih besar daripada *t-table* yaitu 1.649, sehingga H_0 ditolak. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari *e-WoM* terhadap *Trust*.

4.5 Pengaruh *Trust* terhadap *Purchase Intention*

Tabel 4 Pengaruh *Trust* terhadap *Purchase Intention*

Pengaruh	<i>T-Statistics</i>	<i>T-Table</i>
<i>Trust</i>	38.280	1.649

Sumber: Pengolahan Data SmartPLS 3.2.8

Berdasarkan tabel diatas didapat nilai *T-Statistics* sebesar 38.280. Karena nilai *T-Statistics* lebih besar daripada *t-table* yaitu 1.649, sehingga H_0 ditolak. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari *Trust* terhadap *Purchase Intention*.

4.6 Pengaruh *e-WoM* terhadap *Purchase Intention*

Tabel 5 Pengaruh *Caffe* terhadap *Purchase Intention*

Pengaruh	<i>T-Statistics</i>	<i>T-Table</i>
<i>Caffe</i>	25.283	1.649

Sumber: Pengolahan Data SmartPLS 3.2.8

Berdasarkan tabel diatas didapat nilai *T-Statistics* sebesar 38.280. Karena nilai *T-Statistics* lebih besar daripada *t-table* yaitu 1.649, sehingga H_0 ditolak. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari *Trust* terhadap *Purchase Intention*.

4.7 Pengaruh *Caffe* terhadap *Purchase Intention* yang dimediasi oleh *Trust* pada Renan Store Tabel

6 Pengaruh *Caffe* terhadap *Purchase Intention* yang dimediasi oleh *Trust* pada Renan Store

Pengaruh	<i>T-Statistics</i>	<i>T-Table</i>
<i>Caffe</i>	11.109	1.649

Sumber: Pengolahan Data SmartPLS 3.2.7

Berdasarkan tabel diatas didapat nilai *T-Statistics* sebesar 11.109. Karena nilai *T-Statistics* lebih besar daripada *t-table* yaitu 1.649, sehingga H_0 ditolak. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari *Caffe* terhadap *Purchase Intention* yang dimediasi oleh *Trust* pada Renan Store

4.8 Pengujian Hipotesis

H_1 : diketahui bahwa nilai t_o sebesar 45.355 dan nilai t_a sebesar 1.649 dengan demikian $t\text{-statistic} \geq t\text{-table}$, yang mengindikasikan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan begitu variabel dependen *Caffe* berpengaruh signifikan terhadap variabel mediasi *Trust*.

H_2 : diketahui bahwa nilai t_o sebesar 38.280 dan nilai t_a sebesar 1.649 dengan demikian $t\text{-statistic} \geq t\text{-table}$, yang mengindikasikan H_0 ditolak dan H_2 diterima. Dengan begitu variabel mediasi *Trust* berpengaruh signifikan terhadap variabel independen *Purchase Intention*.

H_3 : diketahui bahwa nilai t_o sebesar 25.283 dan nilai t_a sebesar 1.649 dengan demikian $t\text{-statistic} \geq t\text{-table}$, yang mengindikasikan H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dengan begitu variabel dependen *e-WoM* berpengaruh signifikan terhadap variabel independen *Purchase Intention*.

H₄ : diketahui bahwa nilai t_o sebesar 11.109 dan nilai t_a sebesar 1.649 dengan demikian $t\text{-statistic} \geq t\text{-table}$, yang mengindikasikan H₀ ditolak dan H₄ diterima. Dengan begitu variabel dependen *Caffe* berpengaruh signifikan terhadap variabel independen *Purchase Intention* dengan dimediasi oleh variabel *Trust*.

5 Kesimpulan

Berdasarkan analisis faktor karakteristik jiwa kewirausahaan dalam keberhasilan usaha Double D Cafe Majalengka, maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat dua faktor yang menjadi atribut dalam keberhasilan usaha. Double D Cafe, yaitu faktor kepemimpinan, peristatif dan orientasi masa depan. Besaran nilai variance yang dihasilkan dalam proses analisis faktor dapat digunakan untuk mengetahui faktor dominan karakteristik jiwa kewirausahaan dalam keberhasilan usaha yang dimiliki oleh Double D Cafe Majalengka. Besaran nilai percentage of variance dari masing-masing faktor adalah sebagai berikut:

- a. Faktor kepemimpinan, paling dominan pada karakteristik jiwa kewirausahaan dalam keberhasilan usaha Double D Cafe Majalengka. Dengan demikian karakteristik jiwa kewirausahaan pada component faktor I yang menjadikan Double D Cafe berhasil adalah pemilik mengedepankan kejujuran kepada para karyawan, menyakinkan pada kemampuan dan penilaian diri tersendiri dalam melakukan bisnisnya, menjalankan bisnis dengan penuh perjuangan, menghadapi masalah tidak menyalahkan orang lain namun menyelesaikannya sendiri dan percaya diri akan bisnisnya maju dan mampu bersaing.
- b. Faktor peristatif merupakan faktor kedua yang paling dominan pada karakteristik jiwa kewirausahaan dalam keberhasilan usaha Double D Cafe Majalengka. Faktor yang mendominasi karakteristik jiwa kewirausahaan yang menyatakan bahwa pemilik menegaskan agar karyawan masuk tepat waktu, keahlian pemilik yang di punya hanya untuk memajukan bisnisnya dan mempunyai nilai nilai unggul setiap bulan untuk karyawan teladan.
- c. Faktor orientasi masa depan merupakan faktor ketiga yang paling dominan pada karakteristik jiwa kewirausahaan dalam keberhasilan usaha Double D Cafe Majalengka. Faktor yang mendominasi karakteristik jiwa kewirausahaan yang menyatakan bahwa pemilik mendirikan bisnis ini dan memajukan bisnis ini dengan membuka cabang di kota besar. Mengembangkan bisnis ini bersungguh sungguh memajukan bisnisnya dan keahlian dalam memajukan bisnis untuk lebih berkembang di kota-kota lain.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A Abdulwahab, Murad, dan Damen, Rula. (2015). The Impact Of Entrepreneurs' Characteristic on small Business Success at Medical Instruments Supplies Organizations in Jordan. Semantic Scholar
- [2] Anggraeni, Sujana, Zukhri,. (2017). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Kecil dan Menengah pada Pengrajin Tenun Songket di Desa Jinenggalem Kec. Buleleng. Jurnal Internal Universitas Pendidikan Ganesha. Vol. 9 No. 1.
- [3] Alifuddin, Moh., dan Razak Mashur. (2015). Kewirausahaan Teori dan Aplikasi: Strategi Membangun Kerajaan Bisnis. Jakarta: MagnaScript.
- [4] Amirullah. (2013). Metode Penelitian Manajemen. Malang: Bayumedia.
- [5]
- [6]
- [7] Balai Pengembangan Industri Kecil Perindustrian dan
- [8]
- [9] Perindustrian. (2010). Profil Sub Unit Pengembangan Menengah Persepatuan Cibaduyut, Bandung: Dinas Perdagangan Provinsi Jawa Barat.
- [10]
- [11]
- [12] Balasundaram, Nimalatashan. (2008). Characteristics of Entrepreneurs: A Comparative Study of Small Scale Entrepreneurs of Srilankan and Bangladesh. ResearchGate.
- [13]
- [14] Dailibas, Nasution, R., Suwanda Dadang. (2015). Kewirausahaan Teori dan Aplikasi (Strategi Membangun Kerajaan Bisnis). Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- [15] Darmawan. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [16] Daryanto, dan Cahyono, Aris D. (2013). Kewirausahaan: Penanaman Jiwa
- [17] Kewirausahaan. Yogyakarta: Gava Media.
- [18] Dharmawati, Made. (2016). Kewirausahaan. Jakarta: Rajawali Pers. Handayani. (2013). Faktor-faktor Penentu Keberhasilan Usaha. Sarjana pada
- [19] Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negri Semarang.
- [20]
- [21] Hamali, Arif Y., dan Budihastuti Eka S., (2017). Pemahaman Kewirausahaan: Strategi Mengubah Pola Pikir "Orang Kantoran" Menuju Pola Pikir "Wirausahawan" Sukses. Depok: Kencana
- [22] Hery. (2017). Kewirausahaan. Jakarta: Grasindo.
- [23]
- [24] Husein, Reza. (2017). Identifikasi Jiwa Kewirausahaan pada Pengusaha Parfum Gue (Studi Pada figur R. Tubagus Wijaya Pemilik Usaha Parfum Gue). Sarjana pada FEB Universitas Telkom Bandung.
- [25] Jasra, Javed, Mahmood, et al. (2012). Determinants Of Business Success Of Small And Medium Enterprises. ResearchGate.
- [26] Kartini, Titin Rini. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mendorong Para Wanita Untuk Menjadi Women Entrepreneur (Studi Pada Anggota Asosiasi Pemasar Produk UKM Jawa Barat yang Berdomisili di Kota Bandung. Sarjana pada FKB Universitas Telkom Bandung.
- [27] Maulana, Heri. (2018). Pengembangan Jiwa Kewirausahaan: Studi Kasus Terhadap Mahasiswa yang Berwirausaha di Yogyakarta. Jurnal Internal FE Universitas BSI Bandung. Vol. 2 No. 2.
- [28] Purwana, dan Wibowo, Agus. (2017). Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [29] Retnaningdiah, Dian, Sedjati D., Irawani, T. (2015). Analisis Faktor yang Berpengaruh terhadap Jiwa Kewirausahaan Perajin Stagen Inovasi. Jurnal internal STIM YKPN Yogyakarta. Vol 18. No. 1.
- [30] Royan, Miftah Dedee. (2018). Analisis Faktor-faktor Sukses Wirausaha Wanita (Studi Pada UMKM Anggota Koperasi Serba Usaha Misykat Wilayah Sadang Serang). Sarjana pada FKB Universitas Telkom Bandung.
- [31] Sarwoko, Endi. (2013). Entrepreneurial Characteristics and Competency as Determinants of Business Performance in SMEs. ResearchGate.
- [32] Sulistyowati, dan Salwa. (2016). Upaya Mengembangkan Karakteristik Jiwa Kewirausahaan Pada Siswa Sejak Dini Melalui Program Market Day (Kajian Pada Mutiara Hati Malang). Jurnal Internal FKIP Universitas Jember.
- [33] Sudaryono. (2017). Metodologi Penelitian. Jakarta: Rajawali Pers.
- [34]
- [35] Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Manajemen Pendekatan: Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action
- [36] Research), Penelitian Evaluasi. Cetakan ke-2. Bandung: Alfabeta.
- [37]
- [38] Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis Pendekatan: Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D. Bandung: Alfabeta.
- [39]

- [40] Supardi. (2016). Aplikasi Statistika dalam Penelitian: Konsep Statistika yang Lebih Komprehensif. Cetakan ke-5. jakarta Selatan: Change Publication.
- [41] Suryana Yuyus, dan Bayu Kartib. (2010). Kewirausahaan: Pendekatan

