

**PENGARUH PERILAKU KEWIRAUSAHAAN
DAN PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN
USAHA KELUARGA**

**(Studi Pada Usaha Kebaya dan Jas Bandar Lampung di Jalan
Teuku Cik Ditiro Gg Melati 2, Kel. Sumberejo Sejahtera, Kec.
Kemiling, Bandar Lampung)**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh:

Ayu Feby Lestari

NPM : 1751010020

Program Studi : Ekonomi Syariah



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

RADEN INTAN LAMPUNG

1442 H/2021 M

**PENGARUH PERILAKU KEWIRAUSAHAAN
DAN PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN
USAHA KELUARGA**

**(Studi Pada Usaha Kebaya dan Jas Bandar Lampung di Jalan
Teuku Cik Ditiro Gg Melati 2, Kel. Sumberejo Sejahtera, Kec.
Kemiling, Bandar Lampung)**

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1442 H/2021 M**

ABSTRAK

Kewirausahaan merupakan modal pertama yang ada pada diri manusia. Akan tetapi, kewirausahaan sendiri merupakan konsepsi, maka untuk menerapkan dalam kegiatan usaha haruslah diwujudkan dalam berbagai perilaku, bisa saja seseorang memiliki potensi kewirausahaan yang bagus tetapi tidak pernah diwujudkan potensi itu dalam perilaku maka potensi itu hanya tinggal potensi yang tidak memiliki makna dalam dunia bisnis sebenarnya. Perilaku kewirausahaan merujuk pada semangat, sikap dan perilaku sebagai teladan dalam keberanian mengambil resiko yang telah diperhitungkan berdasarkan atas kemauan dan kemampuan sendiri.

Permasalahan yang terjadi dalam penelitian ini belum adanya ekspansi usaha Kebaya dan Jas Bandar Lampung ke berbagai wilayah daerah, belum melakukan kerjasama dengan *founder-founder wedding organizer* (WO), butik-butik fashion terkenal, dan usaha tersebut masih menggunakan strategi pemasaran yang paling sering dilakukan sampai saat ini yaitu informasi dari mulut ke mulut atau sering disebut dengan *Word of mouth* (WOM). Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Usaha Keluarga Kebaya dan Jas Bandar Lampung, Bagaimana Pengaruh Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Keluarga Kebaya dan Jas Bandar Lampung, dan Bagaimana Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Keluarga Kebaya dan Jas Bandar Lampung, yang melatarbelakangi masalah tersebut yaitu belum adanya keberanian pelaku usaha untuk melakukan kontrak terhadap *founder-founder* tersebut, serta belum melakukan ekspansi, Persaingan yang timbul saat ini juga menuntut pengusaha untuk lebih cerdas menyikapinya.

Penelitian ini menggunakan metode kombinasi (*Mixed Methods*) dengan model Desain *Sequential Explanatory*. Secara kuantitatif keseluruhan hasil dari Uji F (simultan) menunjukkan bahwa Perilaku Kewirausahaan, dan Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Usaha Keluarga, secara kualitatif bahwa secara bersama-sama hubungan variabel tidak hanya sebab akibat, tetapi hubungan yang terjadi adalah *reciprocal* atau interaktif.

Kata Kunci : Kewirausahaan, Pemasaran, Pendapatan.

ABSTRACT

Entrepreneurship is the first capital in humans. However, entrepreneurship itself is a conception, so to implement it in business activities it must be manifested in a variety of behaviors, it could be that someone has good entrepreneurial potential but has never realized that potential in behavior so that potential is just a potential that has no meaning in the real business world. . Entrepreneurial behavior refers to the spirit, attitude and behavior as an example of the courage to take calculated risks based on one's own will and ability.

The problems that occur in this study are there is no expansion of the Kebaya and Jas Bandar Lampung business to various regions, there is no collaboration with the founders of wedding organizers (WO), famous fashion boutiques, and the business is still using the most common marketing strategy. Until now, information is word of mouth or often referred to as Word of mouth (WOM), the formulation of the problem in this study is How the Effect of Entrepreneurial Behavior on the Family Business Income of Kebaya and Jas in Bandar Lampung, How is the Effect of Marketing on the Income of Family Businesses in Kebaya and Jas Bandar Lampung, and How is the Influence of Entrepreneurship and Marketing Behavior on the Family Business Income of Kebaya and Jas Bandar Lampung, which is the background of this problem, namely the lack of courage of business actors to enter into contracts against the founders, and have not expanded. This also requires entrepreneurs to be smarter in responding to it.

This study uses a combination method (Mixed Methods) with a Sequential Explanatory Design model. Quantitatively, the overall results of the F Test (simultaneous) show that entrepreneurial behavior and marketing have a positive and significant effect on family business income, qualitatively that the relationship between variables is not only causal, but the relationship that occurs is reciprocal or interactive.

Keywords: Entrepreneurship, Income, Marketing.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ayu Feby Lestari
NPM : 1751010020
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Keluarga (Studi Pada Usaha Kebaya dan Jas Bandar Lampung di Jalan Teuku Cik Ditiro Gg Melati 2, Kel. Sumberejo Sejahtera, Kec. Kemiling, Bandar Lampung)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi dari karya orang lain kecuali pada bagian yang dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan pada karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya

Bandar Lampung, 2 April 2021

Penulis,



Ayu Feby Lestari
NPM. 1751010020



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp (0721) 703260

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : **“Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Keluarga (Studi Pada Usaha Kebaya dan Jas Bandar Lampung di Jalan Teuku Cik Ditiro Gg Melati 2, Kel. Sumberejo Sejahtera, Kec. Kemiling, Bandar Lampung)”**

Nama : Ayu Feby Lestari
NPM : 1751010020
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I,

H. Dr. Nasruddin, M.Ag
NIP. 195809241990031003

Pembimbing II,

Dr. Budimasryah, S. TH.I. M. KOM.I
NIP. 197707252002121001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah

Madnasir, S.E., M.S.I
NIP. 197504242002121001



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp (0721) 703260

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Keluarga (Studi Pada Usaha Kebaya dan Jas Bandar Lampung di Jalan Teuku Cik Ditiro Gg Melati 2, Kel. Sumberejo Sejahtera, Kec. Kemiling, Bandar Lampung)” disusun oleh Ayu Feby Lestari, NPM: 1751010020, Program Studi: Ekonomi Syariah. Telah diujikan dalam sidang munaqosah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal : Selasa, 4 Mei 2021.

Tim Penguji

Ketua : Dr. Ahmad Isaeni, M.Ag

Sekretaris : Muhammad Fikri Nugraha Kholid, M.Pd

Penguji I : Muhammad Kurniawan, M.E., Sy

Penguji II : Dr. H. Nasruddin, M.Ag

Penguji III : Dr. Budimansyah, S.TH.I., M.Kom.I

Mengetahui
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Intan Lampung
Abdul Ghofur, M.Si
0008012003121001

MOTTO

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ الْآخِرَةِ
لَيْسَ لَكُمُ الْوَجْهُكُمْ وَلِيَدْخُلُوا الْمَسْجِدَ كَمَا دَخَلُوهُ أَوَّلَ مَرَّةٍ
وَلِيَنْبَرُوا مِمَّا عَلَوْا تَنْبِيرًا ۝

Artinya : “Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu berbuat jahat, maka (kejahatan) itu bagi dirimu sendiri, dan apabila datang saat hukuman bagi (kejahatan) yang kedua, (Kami datangkan orang-orang lain) untuk menyuramkan muka-muka kamu dan mereka masuk ke dalam mesjid, sebagaimana musuh-musuhmu memasukinya pada kali pertama dan untuk membinasakan sehabis-habisnya apa saja yang mereka kuasai”¹

(Q.S Al-Isra (17): 7)

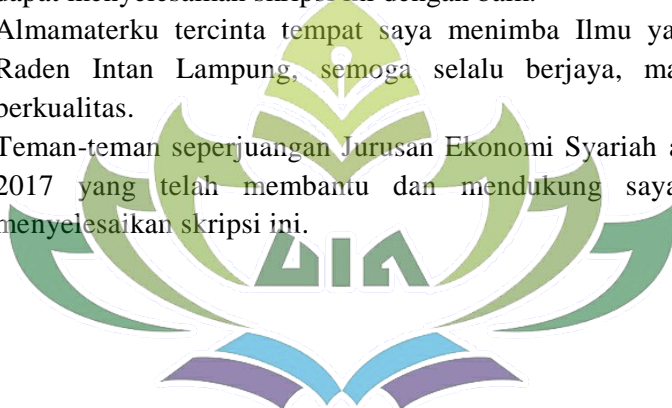


¹ Al-Qur'an dan Terjemahan Al-Hikmah, *Q.S Al-Isra : 7*, Bandung : CV. Diponegoro, 2010, h. 282.

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur Kepada Allah SWT dan hati yang terdalam, penulisan skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya Bapak Sami'an dan Ibu Suyanti. Yang saya hormati dan saya banggakan, selalu menguatkan saya sepenuh jiwa raga, merawat, membimbing, dan memotivasi saya dengan nasehat-nasehat yang luar biasa, serta mendoakan saya agar selalu berada di jalan yang lurus, semoga selalu dalam lindungan Allah SWT dan keberkahan dalam setiap langkahnya.
2. Kakak saya Popy Adi Parlan dan Adik saya Firli Kusuma yang senantiasa selalu memberi semangat dan mendoakan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Almamaterku tercinta tempat saya menimba Ilmu yaitu UIN Raden Intan Lampung, semoga selalu berjaya, maju, dan berkualitas.
4. Teman-teman seperjuangan Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2017 yang telah membantu dan mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini.



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Ayu Feby Lestari, dilahirkan di Bandar Lampung, pada tanggal 14 Februari 2000, penulis ini merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Sami'an dan Ibu Suyanti. Adapun riwayat pendidikan penulis yaitu :

1. Pendidikan dimulai dari SDN 1 Sumberejo kel. Sumberejo, kec. Kemiling Bandar Lampung pada tahun 2005-2011.
2. SMPN 14 Bandar Lampung pada tahun 2011-2014.
3. SMAN 7 Bandar Lampung pada tahun 2014-2017.
4. Pada tahun 2017 penulis ini melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung mengambil program studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Adapun prestasi non akademik yang telah dicapai oleh penulis yaitu :

- a. Juara I Hijab Fashion Show Festival Lampung Syariah 2019 yang diselenggarakan oleh BI.
- b. Juara III Boy & Girl 2019 The Best Model 2019.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebelum Peneliti menguraikan pembahasan lebih lanjut, terlebih dahulu akan dijelaskan istilah dalam skripsi ini untuk menghindari kekeliruan bagi pembaca oleh karena itu, untuk menghindari kesalahan tersebut di sini diperlukan adanya pembatasan terhadap arti kalimat dalam skripsi ini dengan harapan memperoleh gambaran yang jelas dari makna yang dimaksud. Adapun judul skripsi ini berjudul **"Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Keluarga (Studi Pada Usaha Kebaya dan Jas Bandar Lampung di Jalan Teuku Cik Ditiro Gg Melati 2, Kel. Sumberejo Sejahtera, Kec. Kemiling, Bandar Lampung)"** untuk itu perlu di uraikan pengertian dari istilah- istilah judul tersebut sebagai berikut.

1. **Pengaruh** menurut kamus besar bahasa indonesia adalah daya yang ada dan timbul dari sesuatu (benda orang) yang ikut dalam membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.¹
2. **Perilaku** adalah operasionalisasi dan aktualisasi sikap seseorang atau sesuatu kelompok dalam atau terhadap sesuatu (situasi dan kondisi) lingkungan (alam, masyarakat, teknologi atau organisasi), sementara sikap adalah operasionalisasi dan aktualisasi pendirian.²
3. **Kewirausahaan** adalah kemampuan manajer risk (*risk manager*) dalam mengoptimalkan segala sumber daya yang ada, baik itu materil, intelektual, waktu, dan kemampuan kreativitasnya untuk menghasilkan suatu produk atau usaha yang bermanfaat bagi dirinya dan orang lain.³

¹ Kementrian pendidikan dan kebudayaan *kamus besar bahasa Indonesia edisi ke v.* (Jakarta : Gramedia . 2015), h. 1045.

² Dirlanudin, *Perilaku Wirausaha dan Keberdayaan Pengusaha Kecil Industri Agro* (Bogor : Institut Pertanian Bogor, 2010), h. 21.

³ Anang Firmansyah, *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)*, Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media, 2020, h. 4.

4. **Pemasaran** adalah salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan dalam usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Begitu banyak para ahli pemasaran yang berusaha mendefinisikan arti dari pemasaran yang dikemukakan oleh para ahli mempunyai satu kesamaan yaitu melayani konsumen dan memenuhi kebutuhannya dengan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan.⁴
5. **Pendapatan** adalah suatu unsur penting dalam perekonomian yang berperan meningkatkan derajat hidup orang banyak melalui kegiatan produksi barang dan jasa. Besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaannya. Pendapatan adalah uang yang diterima oleh seseorang dan perusahaan dalam bentuk gaji, upah, laba dan lain sebagainya. Bersama-sama dengan tunjangan pengangguran, uang pensiun, dan lain sebagainya. Menurut Firdausa Pendapatan dapat diuraikan sebagai keseluruhan penerimaan yang diterima pekerja, buruh, atau rumah tangga, baik berupa fisik maupun non fisik selama ia melakukan pekerjaan pada suatu usaha instansi atau pendapatan selama ia bekerja atau berusaha. Setiap orang yang bekerja akan berusaha untuk memperoleh pendapatan dengan jumlah yang maksimum agar bisa memenuhi kebutuhan hidupnya.⁵
6. **Usaha** adalah suatu bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus-menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan, baik yang diselenggarakan oleh perorangan maupun badan hukum atau tidak berbentuk badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan disuatu daerah dalam suatu negara.⁶

⁴ Fred R.David, *Manajemen Strategi, Edisi Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2004), h. 34.

⁵ Firdausa, *Pengantar Akutansi Edisi 4*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2013), h. 20.

⁶ Harmaizar Z, *Menangkap Peluang Usaha Edisi 2*, Bekasi: CV Dian Anugerah Prakasa, 2019, h. 14.

7. **Keluarga** adalah sekumpulan orang yang dihubungkan oleh perkawinan, adopsi dan kelahiran yang bertujuan menciptakan dan mempertahankan budaya yang umum, meningkatkan perkembangan fisik, mental, emosional, dan sosial dari individu-individu yang ada di dalamnya terlihat dari pola interaksi yang saling ketergantungan untuk mencapai tujuan bersama.⁷

Secara keseluruhan penjelasan dari judul penelitian ini **”Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Keluarga (Studi Pada Usaha Kebaya dan Jas Bandar Lampung di Jalan Teuku Cik Ditiro Gg Melati 2, Kel. Sumberejo Sejahtera, Kec. Kemiling, Bandar Lampung)”** Adalah Menganalisis Bagaimana Pengaruh Variabel-Variabel Ruang Lingkup Ekonomi Yaitu Perilaku Kewirausahaan, Pemasaran, Terhadap Pendapatan Usaha Keluarga Kebaya Dan Jas Bandar Lampung di Jalan Teuku Cik Ditiro Gg Melati 2, Kel. Sumberejo Sejahtera, Kec. Kemiling, Bandar Lampung.

B. Latar Belakang Masalah

Permasalahan yang muncul dalam penelitian ini yaitu dilihat dari tingkat pendapatan yang setiap tahunnya meningkat, hal tersebut tidak membuat si pelaku usaha untuk melakukan ekspansi (perluasan) usaha Kebaya dan Jas Bandar Lampung ke berbagai wilayah daerah, melakukan kerjasama dengan *founder-founder wedding organizer* (WO), butik-butik fashion terkenal, dan usaha tersebut masih menggunakan strategi pemasaran yang paling sering dilakukan sampai saat ini yaitu informasi dari mulut ke mulut atau sering disebut dengan *Word of mouth* (WOM), media sosial Instagram dan Tiktok. Pernyataan tersebut dipertegas dengan hasil wawancara sebagai berikut, berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha bernama Fitri Annisa⁸ “Saya ingin fokus menjalani usaha yang sekarang ini, kalau saya

⁷ Friedman, *Keperawatan Keluarga : Teori dan Praktik*, Jakarta : EGC, 1998, h. 1-2.

⁸ Fitri Annisa, *Wawancara*, Kamis/6 Mei 2021.

membuka cabang ke daerah atau wilayah lain itu harus dengan pertimbangan yang benar-benar sangat matang dan siap, meskipun dilihat dari pendapatan yang alhamdulillah dalam 4 (tahun) ini meningkat dan dikatakan sudah bisa untuk modal membuka cabang, tetapi disamping itu masih banyak kebutuhan-kebutuhan lain untuk terus mengembangkan usaha ini, usaha saya ini masih terbilang sangat baru, jadi saya mau fokus memegang usaha ini dan berusaha terus belajar untuk menjadi seorang pengusaha yang baik, kreatif, serta inovatif, kemudian saya belum melakukan kerjasama atau kontrak dengan para *founder* WO ataupun butik-butik terkenal terhadap produk saya ini, usaha saya inikan masih sangat baru mba, maka saya tetap seperti konsumen dan produsen dengan mereka tanpa adanya perjanjian kontrak, Saya pernah pengalaman mba waktu usaha ini berjalan satu tahun saya mengikuti salah satu acara *fashion show* yang diadakan oleh *founder* yang sudah dibidang terkenal, produk dari usaha saya ini sebagai salah satu sponsor busana, puluhan baju pilihan yang saya keluarkan untuk ditampilkan pada acara *fashion show* tersebut, pikir saya kan agar usaha atau *brand* saya ini dikenal oleh masyarakat banyak dan nantinya akan mengundang banyak konsumen, tetapi selesai acara tersebut busana-busana itu pada rusak, dan pihak *founder* pun tidak bertanggung jawab atas itu, dan terpaksa saya harus mengeluarkan biaya yang lumayan banyak untuk memperbaiki busana yang rusak tersebut, itu sangat menjadi pelajaran berharga bagi saya, atas kejadian tersebut saya benar-benar harus hati-hati dan mengetahui teknis kerjasama dengan *founder* besar dan terkenal. Strategi pemasaran yang saya gunakan pada saat awal mula memulai usaha kebaya dan jas ini strategi pemasaran yang digunakan yaitu hanya menggunakan informasi dari mulut ke mulut untuk mencari pelanggan agar mereka tertarik untuk menggunakan jasa kami, namun seiring berjalannya waktu dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan yang semakin meningkat serta memperluas bidang perdagangan yang membuat dunia menjadi tanpa batas akan ruang dan waktu sehingga makin tinggi pula tingkat persaingan yang harus dihadapi, membuat saya untuk selalu berusaha mencari strategi yang tepat dan cepat dalam memasarkan produk yang

sampai saat ini saya menggunakan sosial media Instagram dan tiktok dan alhamdulillah usaha saya mulai dikenal banyak masyarakat, satu persatu pelanggan mulai berdatangan ke *offline* (tempat usaha), sampai saya dan orang tua kuwalahan dalam melayaninya sehingga saya memutuskan pada tahun 2019 untuk membuka lapangan pekerjaan dengan mencari karyawan atau karyawati yang bersedia menjadi tim kerja saya dan alhamdulillah semakin kesini ramai pelanggan yang membuat pendapatan usaha saya dari awal memulai sampai saat ini meningkat”.

Yang melatarbelakangi masalah tersebut yaitu belum adanya keberanian pelaku usaha untuk melakukan kontrak terhadap *founder-founder* tersebut dan masih banyak ilmu-ilmu bisnis yang harus dipelajari.

Persaingan yang timbul saat ini juga menuntut pengusaha untuk lebih cerdas menyikapinya. Sebagai reaksi atas tuntutan lingkungan tersebut, pelaku usaha perlu berinteraksi dengan lingkungan sebagai bentuk manifestasi bahwa mereka memiliki daya tanggap terhadap lingkungan yang mempengaruhi kehidupan mereka. Reaksi inilah yang dikenal dengan istilah perilaku, yaitu reaksi manusia dalam menanggapi suatu objek atau peristiwa. Dalam hal ini, pemilik usaha atau wirausaha berperilaku karena adanya dorongan kebutuhan untuk mempertahankan kelangsungan usahanya. Untuk tujuan tersebut, diperlukan suatu perilaku yang di dalamnya mengandung kompetensi yang dibutuhkan untuk keberhasilan usaha dengan kemampuan memanfaatkan peluang usaha dan kesanggupan mengambil resiko. Inilah yang dikenal dengan perilaku kewirausahaan. Untuk dapat merebut pasar dalam persaingan yang ketat dengan perusahaan lain, maka setiap perusahaan harus mampu menyusun kegiatan usaha dengan tepat terutama dalam bidang pemasaran. Salah satu faktor pendorong keberhasilan suatu usaha dalam penjualan adalah strategi pemasaran.

Pemasaran biasanya dihadapkan pada masalah produk, harga, promosi dan tempat yaitu berapa dan bagaimana keempat faktor tersebut ditetapkan, hal ini agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai dengan baik. Kemampuan wirausaha dalam menangani masalah pemasaran menjadi sangat penting demi kelangsungan hidup usaha yang dijalankan dan mencapai tujuan yang ditetapkan.

Persaingan yang ketat diantara pengusaha Kebaya menuntut pengusaha memiliki pemasaran yang baik untuk dapat bertahan. Banyaknya jumlah pengusaha Kebaya membuat harga semakin ketat, hal itu jelas berpengaruh terhadap pendapatan para pengusaha. Untuk menghadapi persaingan yang semakin meningkat tersebut, bisnis usaha Kebaya perlu membuat, menyusun, dan menetapkan pemasaran yang tepat dengan tujuan untuk memenangkan persaingan, dan melanjutkan kegiatan usaha atau bisnis tersebut. Salah satu pemasaran yang dapat memenangkan persaingan adalah dengan menyediakan dan menetapkan produk, pelayanan, dan harga yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan segmen pasar dan target pasar yang dituju, sehingga pengusaha Kebaya dapat menarik konsumen dan bahkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan. Berikut hasil wawancara oleh konsumen yang peneliti temui di *store* (toko) kebaya dan jas Bandar Lampung yaitu Yustiza⁹ “Saya sudah kesekian kalinya mba untuk menyewa kebaya di sini, hari ini saya ingin melakukan pembayaran sekaligus mengecek baju atas *bookingan* gamis kebaya yang akan saya gunakan pada hari raya Idul Fitri nanti, awalnya saya dapat rekomendasi dari teman saya, lalu saya langsung mengecek instagram kebaya dan jas Bandar Lampung ini, setelah itu saya chat adminnya untuk tanya-tanya terlebih dahulu, untuk model-modelnya saya suka banget karena bisa sesuai *request* saya, harganya juga gak nguras kantong mba dan juga pelayanan dan perlakuannya terhadap konsumen dan super ramah nyaman banget, dari mulai ingin order sampai tahap pengembalian sewaan baju, *owner* dan adminnya ramah-ramah sekali”.

⁹ Yustiza, *Wawancara*, Kamis/06 Mei 2021.

Kebaya dan Jas Bandar Lampung merupakan Usaha yang bergerak dibidang *Fashion* (Busana), Usaha tersebut menyediakan jasa pembuatan kebaya dan jas, tidak hanya itu saja, usaha tersebut juga menyediakan jasa penyewaan sepatu, aksesoris, dan tas. Pendapatan usaha kebaya dan jas Bandar Lampung mengalami peningkatan disetiap tahunnya dengan masa kerja 4 tahun yang dapat dikatakan baru, dengan pendapatan yang meningkat diharapkan perilaku kewirausahaan dan pemasaran dapat ditingkatkan lagi. Untuk mempertegas pernyataan tersebut dapat ditampilkan data sebagai berikut.

Tabel 1.1
Pendapatan Usaha Kebaya dan Jas Bandar Lampung

Tahun	Pendapatan
2017	Rp. 96.000.000
2018	Rp. 120.000.000
2019	Rp. 180.000.000
2020	Rp. 314.357.000

Sumber: Data Hasil Wawancara Pemilik Usaha Kebaya dan Jas Bandar Lampung.

Dari data di atas terlihat bahwa pada tahun 2017 ke-tahun 2018 mengalami peningkatan pendapatan sebesar Rp. 24.000.000, pada tahun 2018 ke-tahun 2019 mengalami peningkatan juga sebesar Rp. 60.000.000, pada tahun 2019 ke-tahun 2020 mengalami peningkatan yang sangat tinggi yaitu sebesar Rp. 134.357.000.

Perilaku pelaku usaha dan pemasaran sangat mempengaruhi pendapatan usaha, apabila perilaku tersebut tidak sesuai dengan ketentuan syariat Islam dan cara berwirausaha yang baik, serta strategi pemasaran yang tidak sesuai maka hal tersebut akan membuat pendapatan usaha tersebut menurun.

Adanya tingkat pengangguran yang tinggi sebagai akibat dari krisis ekonomi yang ada di Indonesia, memberikan pelajaran berharga tentang perlunya kreativitas dari setiap individu untuk

tidak mengandalkan pekerjaan dari orang lain, melainkan menciptakan lapangan pekerjaan yang dapat menyerap tenaga kerja dan menghidupkan kembali roda perekonomian Indonesia. Seperti dalam Q.S An-Nisa (4):29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.¹⁰

Dalam Islam juga telah menganjurkan untuk berniaga daripada bekerja kepada orang lain. Dan dalam berwirausaha, pelaku usaha harus pandai dalam berperilaku sehingga dalam memasarkan produk yang dipasarkan dapat tersalurkan oleh konsumen. Islam tidak membatasi mencari harta dengan cara apapun, selama tidak melanggar prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang telah ditentukan syara'. Karena hukum asal dalam bermuamalah adalah mubah (diperbolehkan).¹¹

Etika Bisnis Islam adalah berasal dari kata Yunani *ethos*, yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*) berarti adat istiadat atau kebiasaan. Dalam pengertian ini, etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun masyarakat atau kelompok masyarakat yang diwariskan dari satu orang ke orang yang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lain. Kebiasaan ini lalu terungkap dalam perilaku berpola yang terus berulang sebagai sebuah kebiasaan.¹²

¹⁰ Al-Qur'an dan Terjemahan Al-Hikmah, Q.S An-Nisa : 29, Bandung : CV. Diponegoro, 2010, h. 83.

¹¹ Sholihin, Ahmad Ifham. *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013. h. 378

¹² A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*. Yogyakarta: Penerbit Kansius, 1998. h. 14.

Berkenaan dengan Surah An-Nisa: 29 yang merupakan larangan tegas mengenai memakan harta orang lain atau hartanya sendiri dengan jalan bathil, artinya membelanjakan harta tersebut pada jalan maksiat, cara bathil adalah seperti dengan melakukan jalan riba, judi, menipu, menganiaya, serta segala jual beli yang dilarang syara'.

Dalam melakukan jual beli kita harus melakukan prinsip-prinsip jual beli, yaitu bersikap jujur, loyalitas yang tinggi, menepati janji, tidak saling merugikan, serta melakukan transaksi dengan akad jual beli yang sah, suka sama suka dengan transaksi tersebut, serta adanya kesepakatan.

Wirausaha merupakan salah satu pendukung yang menentukan maju mundurnya perekonomian, karena bidang wirausaha mempunyai kebebasan untuk berkarya. Jika seseorang mempunyai kemauan dan keinginan serta siap untuk berwirausaha berarti seseorang itu mampu menciptakan lapangan pekerjaan sendiri, dan tidak perlu mengandalkan orang lain maupun perusahaan lain untuk mendapatkan pekerjaan.¹³

Kewirausahaan merupakan modal pertama yang ada pada diri manusia. Akan tetapi, kewirausahaan sendiri merupakan konsepsi, maka untuk menerapkan dalam kegiatan usaha haruslah diwujudkan dalam berbagai perilaku, bisa saja seseorang memiliki potensi kewirausahaan yang bagus tetapi tidak pernah diwujudkan potensi itu dalam perilaku maka potensi itu hanya tinggal potensi yang tidak memiliki makna dalam dunia bisnis sebenarnya. kewirausahaan merujuk pada semangat, sikap dan perilaku sebagai teladan dalam keberanian mengambil resiko yang telah diperhitungkan berdasarkan atas kemauan dan kemampuan sendiri.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan dalam usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Begitu banyak para ahli pemasaran yang berusaha mendefinisikan

¹³ Basuki Ranto. *Kewirausahaan*. Jakarta: Grafindo Persada, 2007, h. 18.

arti dari pemasaran yang dikemukakan oleh para ahli mempunyai satu kesamaan yaitu melayani konsumen dan memenuhi kebutuhannya dengan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan.¹⁴

C. Batasan Masalah

Pembatasan masalah ini dilakukan agar penelitian ini berfokus pada ruang lingkup penelitian yang tidak meluas. Penelitian lebih fokus untuk menghindari hasil yang tidak diinginkan dan menyimpang dari pokok permasalahan, penelitian ini peneliti membatasi masalah sebagai berikut :

1. Perilaku kewirausahaan terhadap pendapatan usaha keluarga Kebaya dan Jas Bandar Lampung.
2. Pemasaran terhadap pendapatan usaha keluarga Kebaya dan Jas Bandar Lampung.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis dapat menyusun Masalah Penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Usaha Keluarga Kebaya dan Jas Bandar Lampung?
2. Bagaimana Pengaruh Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Keluarga Kebaya dan Jas Bandar Lampung?
3. Bagaimana Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Keluarga Kebaya dan Jas Bandar Lampung?

¹⁴ Fred R. David. *Manajemen Strategi, Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2004, h. 34.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah di kemukakan di atas, maka Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Usaha Keluarga Kebaya dan Jas Bandar Lampung.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Keluarga Kebaya dan Jas Bandar Lampung.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Keluarga Kebaya dan Jas Bandar Lampung.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis

Manfaat secara teoritis dari hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan dan digunakan sebagai acuan atau landasan dalam memahami pengaruh perilaku kewirausahaan dan pemasaran terhadap pendapatan keluarga usaha Kebaya dan Jas Bandar Lampung, menambah literatur mengenai hal tersebut bagi lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, khususnya jurusan Ekonomi Islam.

2. Manfaat Secara Praktis

- a. Bagi Pengusaha Kebaya dan Jas, menjadi sumber informasi untuk mengetahui bagaimana berperilaku dalam berwirausaha dan pemasaran.
- b. Bagi UIN Raden Intan Lampung, sebagai tambahan literatur perpustakaan UIN Raden Intan Lampung dibidang penelitian, khususnya dibidang perilaku kewirausahaan dan starteji pemasaran.
- c. Bagi Peneliti, untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis terutama dalam mengaplikasikan ilmu yang didapat dari perguruan tinggi kemasyarakat atau lapangan.

- d. Bagi Pendidikan, sebagai informasi yang berkaitan dengan berwirausaha dan strategi pemasaran guna mendapatkan penghasilan yang diberikan sebagai motivasi pada pelajar sehingga minat berwirausaha akan semakin meningkat.

G. Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini. Setelah penulis melakukan penelusuran pustaka koleksi Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan perpustakaan UIN Raden intan Lampung, Penulis tidak menemukan penelitian yang memiliki judul yang sama yakni “Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Keluarga (Studi Pada Usaha Kebaya dan Jas Bandar Lampung di Jalan Teuku Cik Ditiro Gg Melati 2, Kel. Sumberejo Sejahtera, Kec. Kemiling, Bandar Lampung)”. tetapi, setelah melakukan pencarian secara online, Penulis menemukan penelitian yang relevan dengan judul yang penulis angkat yakni sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Danang Faizal Furqon, 2017 dengan judul Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, dan Sikap Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Pengusaha Lanting Lemah Duwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen, dengan temuan hasil sebagai berikut:
 - a. Terdapat pengaruh positif dan signifikan modal usaha terhadap pendapatan pengusaha lanting, dibuktikan dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($2,481 > 1,995$), signifikansi $0,016 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar $0,076$;
 - b. Terdapat pengaruh positif dan signifikan lama usaha terhadap pendapatan pengusaha lanting, dibuktikan dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($4,818 > 1,995$), signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar $457888,948$;
 - c. Terdapat pengaruh positif dan signifikan sikap kewirausahaan terhadap pendapatan pengusaha lanting, dibuktikan dengan nilai hitung $>$ t tabel ($3,814 > 1,995$),

signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 240644,182;

- d. Terdapat pengaruh signifikan modal usaha, lama usaha, dan sikap kewirausahaan secara bersama-sama terhadap pendapatan pengusaha lanting, dibuktikan dengan nilai $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ ($35,574 > 2,74$); nilai signifikansi $0,000 < 0,05$; dan R^2 sebesar 62,1%.¹⁵
2. Penelitian yang relevan selanjutnya dilakukan oleh Rio Iman Luther Ginting, 2017 dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah (UKM di Kelurahan Karang Berombak Medan)”, dengan hasil temuan bahwa Hasil yang didapat dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan Pengetahuan Kewirausahaan dan Karakteristik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah di Kelurahan Karang Berombak. Secara parsial menunjukkan bahwa Pengetahuan Kewirausahaan dan Karakteristik Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan.¹⁶
3. Penelitian yang dilakukan oleh Yuni Wulansari 2014 dengan judul “Pengaruh Perilaku Kewirausahaan, Pemasaran, dan Daya Saing Terhadap Pendapatan Pengusaha Industri Sablon Kaos”. Dengan hasil temuan bahwa diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.177 atau 17.70%, artinya besarnya sumbangan (kontribusi) variabel bebas perilaku kewirausahaan (X_1), pemasaran (X_2) dan daya saing (X_3) terhadap variabel dependen pendapatan pengusaha (Y) sebesar 17.70%, dan sisanya sebesar 82.23% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh temuan bahwa secara simultan maupun secara parsial variabel perilaku kewirausahaan dan pemasaran berpengaruh positif dan

¹⁵ Danang Faizal Furqon, Skripsi : *Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, dan Sikap Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Pengusaha Lanting Lemah Duwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen*, 2017.

¹⁶ Rio Iman Luther Ginting, Skripsi : *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah (UKM di Kelurahan Karang Berombak Medan)*, 2017.

signnifikan terhadap pendapatan pengusaha, sedangkan variabel daya saing tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pengusaha.¹⁷

4. Ria Nurhabibah tahun 2018 dengan judul “Analisis Peranan Strategi Pemasaran Produk Kelompok Usaha Bersama (KUBE) dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Menurut Perspektif Ekonomi Islam”. Dengan hasil temuan bahwa berdasarkan penerapan dari strategi pemasaran tersebut keempat indikator bauran pemasaran (*product, price, place, dan, promotion*) saling berkaitan dan saling melengkapi satu sama lain yang sangat mendukung untuk keberhasilan proses pemasaran produk KUBE tersebut. Strategi pemasaran yang diterapkan sangat berperan dalam meningkatkan volume penjualan produk, namun belum memberikan peningkatan pendapatan keluarga bagi anggotanya secara optimal dikarenakan jumlah bagi hasil yang diberikan masih kecil nominalnya, sehingga belum cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari yang hanya dijadikan sebagai tambahan saja.¹⁸
5. Harkemri Sibuea tahun 2015 dengan judul “Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Pengusaha Reklame di Jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru”, dengan hasil temuan bahwa perilaku kewirausahaan dan strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap keberhasilan usaha. Besarnya kontribusi perilaku kewirausahaan dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha pengusaha reklame di jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru adalah sebesar 62,4%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti permodalan, bahan baku, keterampilan,

¹⁷ Yuni Wulansari, Skripsi : *Pengaruh Perilaku Kewirausahaan, Pemasaran, dan Daya Saing Terhadap Pendapatan Pengusaha Industri Sablon Kaos*, 2014.

¹⁸ Ria Nurhabibah, Skripsi : *Analisis Peranan Strategi Pemasaran Produk Kelompok Usaha Bersama (KUBE) dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Menurut Perspektif Ekonomi Islam*, 2018.

kemampuan manajerial dan lingkungan persaingan. Hal ini menunjukkan bahwa para pengusaha reklame di jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru harus mengoptimalkan perilaku kewirausahaan dan strategi pemasaran untuk meningkatkan keberhasilan usaha.¹⁹

Berdasarkan pada penjabaran penelitian terdahulu maka dapat di ketahui bahwa terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian ini menggunakan Perilaku Kewirausahaan sebagai variabel X1, Pemasaran X2, dan Pendapatan Usaha Keluarga sebagai variabel Y.

H. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai penelitian ini maka sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang penegasan judul, latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

Bab ini berisi tentang teori umum kewirausahaan, pemasaran, dan pendapatan yang terdiri dari (pengertian perilaku kewirausahaan, kewirausahaan, upaya pengembangan perilaku kewirausahaan, prinsip-prinsip akhlak wirausahawan, pemikiran kewirausahaan berbasis pada aktivitas ekonomi, indikator perilaku kewirausahaan, pengertian pemasaran, konsep bauran pemasaran, konsep pemasaran dalam Islam, pengertian pendapatan, jenis-jenis pendapatan, indikator pendapatan, faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan, kerangka berfikir, dan hipotesis.

¹⁹ Harkemri Sibuea, Skripsi : *Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Pengusaha Reklame di Jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru*, 2015.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, tabel operasional, instrumen penelitian, metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi data dan pembahasan hasil penelitian analisis.

BAB V PENUTUP

Bab ini adalah bagian akhir dari penelitian, bagian penutup berisi tentang kesimpulan dan saran dari uraian pada bab-bab sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian ini berisi rujukan-rujukan yang digunakan oleh penulis.

LAMPIRAN

Berisi dokumen-dokumen pendukung yang dilakukan dalam proses penelitian.



BAB II LANDASAN TEORI

A. Teori Umum Kewirausahaan

1. Pengertian Perilaku Kewirausahaan

Perilaku adalah operasionalisasi dan aktualisasi sikap seseorang atau sesuatu kelompok terhadap sesuatu (situasi dan kondisi) lingkungan (alam, masyarakat, teknologi atau organisasi), sementara sikap adalah operasionalisasi dan aktualisasi pendirian.²⁰

Menurut Nedler perilaku adalah fungsi dari interaksi antara individu dengan lingkungannya.²¹

Menurut Miftah Thoha tingkah laku atau perilaku seseorang individu terbentuk karena adanya suatu interaksi antara seseorang individu dengan lingkungannya, bahwa perilaku adalah suatu fungsi dari interaksi antara seorang individu dengan lingkungannya. Hal ini berarti seorang individu dengan lainnya akan berbeda sesuai dengan lingkungannya masing-masing.²²

Perilaku manusia juga merupakan hasil daripada segala macam pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya yang berwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap dan tindakan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa konsep dasar perilaku manusia pada hakekatnya merupakan proses interaksi individu dengan lingkungannya sebagai manifestasi bahwa ia adalah makhluk hidup.

²⁰ Yanti Maemunah, Skripsi : *Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha*, (Bandung : 2004), h. 20.

²¹ Dirlanudin, *Perilaku Wirausaha dan Keberdayaan Pengusaha Kecil Industri Agro*, (Bogor : Institut Pertanian Bogor, 2010), h. 21.

²² Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1996), h. 20.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa seorang individu dengan lingkungan akan membentuk perilaku secara langsung, baik perilaku dalam berwirausaha atau bisnis. Ciri-ciri perilaku dan sikap kewirausahaan yaitu jujur, disiplin, tanggung jawab, memiliki tujuan yang jelas, berani mengambil risiko, komitmen dengan usaha yang dijalankan, ingin tahu, kreatif, menghargai pekerjaan, orientasi ke depan, mandiri, toleransi, keteguhan dan bersikap terbuka.²³

2. Pengertian Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah padanan dari kata *entrepreneurship* dalam bahasa Inggris, *entrepreneur* dalam bahasa Jerman, *ondernemen* dalam bahasa Belanda.

Sedangkan di Indonesia diberi nama kewirausahaan. Kata *entrepreneur* atau wirausaha dalam bahasa Indonesia merupakan gabungan dari *wira* (gagah, berani, perkasa) dan *usaha* (bisnis) sehingga istilah *entrepreneur* dapat diartikan sebagai orang yang berani atau perkasa dalam usaha bisnis.²⁴

Wirausaha dapat diartikan sebagai sikap seseorang yang memiliki kemampuan dalam menggunakan sumber daya seperti *finansial*, bahan mentah dan tenaga kerja untuk menghasilkan barang baru, usaha baru, serta proses usaha baru. Kata wirausaha merupakan terjemahan dari kata *entrepreneur*. Kata tersebut berasal dari bahasa Perancis *entreprenre* yang berarti “bertanggung jawab”. Kata *entrepreneur* dan *entrepreneurship* dalam bahasa Inggris, menurut Holt dalam Azzahra berasal dari bahasa Prancis. *Entrepreneur* adalah orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai peluang bisnis, mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan darinya dan bertindak tepat untuk memastikan sukses.

²³ Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2014, h. 30-31

²⁴ Arman Hakim Nasution, dkk. *Entrepreneurship Membangun Spirit Teknonopreneurship*, (Yogyakarta : 2007), h. 2.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian pengaruh Perilaku Kewirausahaan, dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Keluarga pada usaha Kebaya dan Jas Bandar Lampung adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan Uji Signifikan untuk Uji Parsial (Uji t) pada variabel X1 (perilaku kewirausahaan) tidak berpengaruh terhadap variabel Y (pendapatan usaha keluarga) yang berarti bahwa diasumsikan banyak faktor-faktor lain yang dapat lebih menunjang dan mendukung dalam meningkatkan pendapatan usaha bagi pelaku usaha, secara kualitatif data yang memperluas adalah bahwa hubungan variabel tidak bersifat *reciprocal* atau interaktif artinya tidak saling mempengaruhi. Berdasarkan hasil Uji Signifikan untuk Uji Parsial (Uji t) pada variabel X2 (pemasaran) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y (pendapatan usaha keluarga) yang berarti bahwa pelaku usaha berhasil dalam melakukan strategi-strategi pemasaran yang inovatif serta kreatif yang dapat mengundang banyak konsumen, sehingga pendapatan usaha keluarga pada usaha kebaya dan jas Bandar Lampung dapat meningkat secara signifikan, secara kualitatif Data yang memperluas adalah bahwa hubungan variabel tidak hanya sebab akibat, tetapi hubungan yang terjadi adalah *reciprocal* atau interaktif.
2. Berdasarkan Uji Simultan (Uji f) atau bersama-sama menyatakan bahwa perilaku kewirausahaan, dan pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha keluarga pada usaha kebaya dan jas Bandar Lampung, secara kualitatif bila perilaku kewirausahaan dan pemasaran dilaksanakan secara baik dan interaktif akan lebih berpengaruh terhadap pendapatan usaha keluarga, bila dibandingkan dengan variabel lain secara sendiri-sendiri. Data kualitatif yang memperluas data kuantitatif yaitu bahwa hubungan variabel tidak hanya sebab akibat, tetapi hubungan *reciprocal* atau interaktif.

3. Berdasarkan Uji Determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0.084 atau 8.4%. Hal ini berarti persentase pengaruh variabel *independen* perilaku kewirausahaan, pemasaran terhadap variabel *dependen* pendapatan usaha keluarga adalah 8.4% sedangkan sisanya 91.6% yang dijelaskan variabel lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan Hasil dan Kesimpulan yang peneliti paparkan sebelumnya maka saran dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Pemilik Usaha Kepada pemilik usaha kebaya dan jas Bandar Lampung diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan prestasi dalam tingkat penyewaan kebaya dan jas, melakukan inovasi-inovasi, kreatifitas baru, membuat gebrakan baru untuk memotivasi para pemuda/i agar senantiasa menjadi wirausaha muda yang memiliki perilaku usaha dengan baik dan benar, tidak melakukan kecurangan , melakukan ekspansi ke luar daerah, dan dapat bersaing secara sehat.
2. Bagi Akademisi dan peneliti selanjutnya, dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebuah bahan referensi untuk kegiatan mengajarnya ataupun penelitiannya. Di karenakan penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan, sehingga penelitian selanjutnya di harapkan mampu meneliti dengan menambah variabel dan juga mampu meneliti lebih baik lagi.
3. Bagi Publik, dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi letarasi bahan bacaan sebagai acuan untuk memulai usaha dengan menerapkan perilaku usaha secara baik dan benar, dan berperilaku sesuai dengan syariat islam dalam menjalankan usahanya, melakukan strategi-strategi pemasaran untuk mendapatkan pendapatan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahan Al-Hikmah, Bandung : CV. Diponegoro, 2010.
- Boediono. *Pengantar Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2002.
- David, Fred R. *Manajemen Strategi, Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2004. Diponegoro, 2018.
- Dirlanudin. *Perilaku Wirausaha dan Keberdayaan Pengusaha*
Effendi, Nury, *EKONOMETRIKA Pendekatan Teori dan Terapan*, Bandung: Selemba Empat, 2014.
- Firdausa. *Pengantar Akuntansi Edisi 4*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2013.
- Firmansyah, Anang. *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)*. Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media, 2020.
- Friedman. *Keperawatan Keluarga : Teori dan Praktik*. Jakarta : EGC,
Gitosudarm, Indriyo. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : PT Gramedia Pustaka, 2012.
- Harahap, Sunarji. *Menejemen Pemasaran*. Medan : Febi UIN SU, 2016.
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*. Bogor : Ghalia Indonesia, 2010.
- Hermawa. *Marketing*. Jakarta : Gramedia, 2002.
- Irawan, Andi. *Kewirausahaan UKM Pemikiran dan Pengalaman*. Jawa Timur: Graha Ilmu, 2007.
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2014.
- Kementrian pendidikan dan kebudayaan *kamus besar bahasa Indonesia edisi ke v*. Jakarta : Gramedia, 2015.
- Keraf, A. Sonny. *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*. Yogyakarta: Penerbit Kansius, 1998.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Milenium*. Jakarta: Prehallindo, 2002.

Maemunah, Yanti. Skripsi : *Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha*. Bandung : 2004.

Nasution, Arman Hakim, dkk. *Entrepreneurship Membangun Spirit Teknopreneurship*. Yogyakarta : 2007.

Nawawi, Zuhri M. *Kewirausahaan Islami*. Medan : FEBI UIN-SU Press, 2015.

Qhardawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 1997.

Ranto, Basuki. *Kewirausahaan*. Jakarta: Grafindo Persada, 2007.

S, Azwar. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.

Say, Jean Baptiste. *Produk Dibayar Dengan Produk*, 1803.

Sholihin, Ahmad Ifham. *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.

Sibuea, Harkemri. Skripsi : *Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Pengusaha Reklame di Jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru*, 2015.

Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta, 2018.

Sukirno, Sadono. *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2013.

Suryana. *Kewirausahaan, Pedoman Praktis*. Jakarta: Salemba Empat, 2003.

Suyanto, Danang. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Center Of Academic Publishing Service, 2014.

Swastha, Basu. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedelapan*. Jakarta: Penerbit Liberty, 2007.

Toha, Miftah. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1996

Z, Harmaizar. *Menangkap Peluang Usaha Edisi 2*. Bekasi: CV Dian Anugerah Prakasa, 2019.

Zimmerer. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat, 2005.

Jurnal

Mesra. Ibu Rumah Tangga dan Kontribusinya dalam Membantu Perekonomian Keluarga di Kecamatan Hamparan Perak Kabupaten Deli Serdang, *Jurnal Manajemen Tools*. Vol. 11 No. 1, Juni 2019.

Nursiah, Tita. Perilaku Kewirausahaan Pada Usaha Mikro Kecil (UMK) Tempe di Bogor Jawa Barat. *Jurnal Agribisnis Indonesia*. Vol. 3. No. 2. Desember 2015.

Popoko, Stefen. Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap Tingkat Pendapatan Petani Kopra di kecamatan Tobelo Selatan Kabupaten Halmehara Utara. *Jurnal UNIERA*. Vol. 2. No. 2. Agustus 2013.

Purwanti, Endang. Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran, Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Jurnal Ekonomi*. Vol. 5. No. 9. Juli 2012.

Putranto, Samtim. Studi Mengenai Orientasi Strategi dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol. II. No. 1.

Respati, Harianto. Sejarah Konsepsi Pemikiran Kewirausahaan. *Jurnal Modernisasi*. Vol. 5 No. 3. Oktober 2009.

Suharyono. Sikap dan Perilaku Wirausahawan. *Jurnal Ilmu dan Budaya*. Vol. 40 No. 56. Mei 2017.

Suseno. Pengaruh Wirausaha dan Potensi Kewirausahaan Terhadap Kebijakan Usaha Pengembangan UKM Sebagai Moderating.