

PENGARUH EFIKASI DIRI (SELF -EFFICACY) DAN KEUNGGULAN BERSAING (COMPETITIVE ADVANTAGE) TERHADAP KEBERHASILAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KULINER KECAMATAN MEDAN SELAYANG

Anitha Paulina Tinambunan¹, Julastri V Lumban Gaol², Evelin Roma Riauli Silalahi³
^{1,2}Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas
³ Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas
Email : anithapaulinat@gmail.com¹, julastrilumbangaol@gmail.com²,
evelin.silalahi37@gmail.com³

ABSTRACT

The purpose of this study is to test the influence of self-efficacy and competitive advantage on the success of the Culinary MSME business in Medan Selayang District. The population of this study is 46 MSME owners in the culinary sector. The sample in this study is forty-six culinary MSME owners. The sampling method used is the saturated sample method. The data collection method uses a questionnaire and then the data is processed with SmartPLS version 4.0. The result of this study is that for the self-efficacy variable, there is a t-statistical value of 1.338 smaller than 1.96 with a p-value of 0.083 greater than 0.05, therefore the first hypothesis is rejected. The rejection of the first hypothesis means that self-efficacy does not have a positive and significant effect on business success in micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Medan Selayang sub-district. As for the competitive advantage variable seen from the results of data processing, there is a t-statistic value of 5.604 greater than 1.92 with a p-value of 0.000 smaller than 0.05, therefore the second hypothesis is accepted. . With the acceptance of the second hypothesis, it means that competitive advantage has a positive and significant effect on business success in micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Medan Selayang district. This means that competitive advantage has an important role in increasing business success. From the results of the research and discussion, it is better for MSME entrepreneurs in Medan Selayang District to improve their self-efficacy by participating in training for entrepreneurs because later entrepreneurs will be able to solve problems related to culinary businesses.

Keywords: *Self-Efficacy and Competitive Advantage on the Success of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Medan Selayang District.*

PENDAHULUAN

Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bagian terbesar dari perekonomian nasional. UMKM terbukti dapat memperbaiki perekonomian dimasa krisis, melalui mekanisme penciptaan kesempatan kerja dan nilai tambah. UMKM dapat berhasil jika memiliki efikasi diri dan keunggulan bersaing.

Target pendapatan UMKM merupakan salah satu alat yang penting dalam perencanaan keuangan dan strategi bisnis. Dengan memiliki target pendapatan yang jelas, UMKM dapat lebih mudah mengukur kinerja dan merencanakan langkah-langkah untuk mencapai tujuan keuangan yang telah ditetapkan. Berikut disajikan data target dan pendapatan usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dari bulan Juli hingga Desember tahun 2023.

**Tabel 1. Data Pendapatan Usaha Mikro Kuliner Di Kecamatan Medan Selayang
 Periode Bulan Juli- Desember Tahun 2023**

No	Nama	Target Pendapatan/Bulan	Pendapatan Selama Bulan Juli – Desember Tahun 2023 (juta)					
			Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
1	Akbar Himawan (Chatime x Cuppob)	Rp.20.000.000	Rp.12.314.562	Rp.12.895.162	Rp.10.708.461	Rp.16.770.168	Rp.15.926.110	Rp.13.552.109
2	Benny Batubara (The L.Co Coffee)	Rp.15.000.000	Rp.8.309.675	Rp.10.186.950	Rp.9.942.104	Rp.8.187.425	Rp.7.442.265	Rp.11.926.270
3	Surya Dhama (Moon Chicken)	Rp.15.000.000	Rp.10.435.631	Rp.12.174.327	Rp.11.450.283	Rp.15.762.203	Rp.13.875.360	Rp.11.920.172
4	Riza Nasution (Fore Coffee)	Rp.20.000.000	Rp.12.314.562	Rp.12.895.162	Rp.10.708.461	Rp.16.770.168	Rp.15.926.110	Rp.13.552.109
5	Sya frizal Ramli (Arata Coffee)	Rp.15.000.000	Rp.18.309.675	Rp.20.186.950	Rp.19.942.104	Rp.19.187.425	Rp.17.442.265	Rp.18.926.270
6	Syahrlul Akbar (Kalasua Coffee)	Rp.20.000.000	Rp.9.683.371	Rp.9.975.110	Rp.8.167.366	Rp.11.540.875	Rp.10.754.690	Rp.9.716.524
7	Helmi Rizari (Desa-Desa Resto)	Rp.20.000.000	Rp.14.754.260	Rp.12.928.350	Rp.14.342.182	Rp.18.106.980	Rp.17.283.105	Rp.18.345.624
8	Indra Prawira (L' Tropico)	Rp.15.000.000	Rp.12.965.621	Rp.13.862.237	Rp.13.327.204	Rp.22.906.317	Rp.23.175.990	Rp.17.535.770
9	Yudha Johansyah (Mie Aceh Mutiarra)	Rp.20.000.000	Rp.14.723.860	Rp.12.531.540	Rp.12.309.245	Rp.19.372.112	Rp.18.232.402	Rp.16.504.336
10	Sapitra R. (Ayam Geprek Dapur Insomnia)	Rp.20.000.000	Rp.14.570.814	Rp.12.904.537	Rp.12.831.445	Rp.18.542.309	Rp.17.231.854	Rp.12.501.887
11	Dedy Iskandar (Nasi Bakar Mbakarini)	Rp.20.000.000	Rp.14.723.860	Rp.12.531.540	Rp.12.309.245	Rp.19.372.112	Rp.18.232.402	Rp.16.504.336
12	Muhammad Olko (Martabak Olko)	Rp.20.000.000	Rp.14.570.814	Rp.12.904.537	Rp.12.831.445	Rp.18.542.309	Rp.17.231.854	Rp.12.501.887
13	Marzuky Desky (Bakso Blitar)	Rp.15.000.000	Rp.10.907.328	Rp.11.531.450	Rp.9.360.116	Rp.10.286.304	Rp.8.975.241	Rp.7.252.394
14	Leo Prima (AyamKoplo)	Rp.15.000.000	Rp.9.241.403	Rp.10.250.165	Rp.8.730.353	Rp.11.973.305	Rp.17.685.406	Rp.15.271.329
15	Yunko (Burger King)	Rp.15.000.000	Rp.10.435.631	Rp.12.174.327	Rp.11.450.283	Rp.15.762.203	Rp.13.875.360	Rp.11.920.172
16	Sulkamain (KFC, Home Centra)	Rp.20.000.000	Rp.12.314.562	Rp.12.895.162	Rp.10.708.461	Rp.16.770.168	Rp.15.926.110	Rp.13.552.109
17	Fahrul Siregar (Ayam Geprek Silver)	Rp.15.000.000	Rp.8.309.675	Rp.10.186.950	Rp.9.942.104	Rp.8.187.425	Rp.7.442.265	Rp.11.926.270
18	Juanda Iqbal (Mie Aceh Bijeh Pade)	Rp.15.000.000	Rp.9.683.371	Rp.9.975.110	Rp.8.167.366	Rp.11.540.875	Rp.10.754.690	Rp.9.716.524
19	M. Rahma (Pisang Pasir)	Rp.15.000.000	Rp.8.309.675	Rp.10.186.950	Rp.9.942.104	Rp.8.187.425	Rp.7.442.265	Rp.11.926.270
20	Agus Limbong (Warkop Iwan)	Rp.15.000.000	Rp.10.435.631	Rp.12.174.327	Rp.11.450.283	Rp.15.762.203	Rp.13.875.360	Rp.11.920.172
21	Elbarino Shah (Ayam Geprek Cabelita)	Rp.20.000.000	Rp.12.314.562	Rp.12.895.162	Rp.10.708.461	Rp.16.770.168	Rp.15.926.110	Rp.13.552.109
22	Agung Angkat (Chicken Holic)	Rp.15.000.000	Rp.18.309.675	Rp.20.186.950	Rp.19.942.104	Rp.19.187.425	Rp.17.442.265	Rp.18.926.270
23	Adhitia Tanjung (Martabak Djoeragan)	Rp.20.000.000	Rp.9.683.371	Rp.9.975.110	Rp.8.167.366	Rp.11.540.875	Rp.10.754.690	Rp.9.716.524
24	Agung N. (Ayam Penyot Sidoarjo)	Rp.20.000.000	Rp.14.754.260	Rp.12.928.350	Rp.14.342.182	Rp.18.106.980	Rp.17.283.105	Rp.18.345.624
25	S.F. Yudha (Rumah Makan 3Putri Minang)	Rp.15.000.000	Rp.12.965.621	Rp.13.862.237	Rp.13.327.204	Rp.22.906.317	Rp.23.175.990	Rp.17.535.770
26	M. Fauzi (D'raja Cafe)	Rp.20.000.000	Rp.14.723.860	Rp.12.531.540	Rp.12.309.245	Rp.19.372.112	Rp.18.232.402	Rp.16.504.336
27	Irwan Arbie (Bakmi 123)	Rp.20.000.000	Rp.14.570.814	Rp.12.904.537	Rp.12.831.445	Rp.18.542.309	Rp.17.231.854	Rp.12.501.887
28	Aulia Pannduri (Bolu Menara)	Rp.15.000.000	Rp.10.907.328	Rp.11.531.450	Rp.9.360.116	Rp.10.286.304	Rp.8.975.241	Rp.7.252.394
29	Alvian Yasmin (Cleopatra)	Rp.15.000.000	Rp.6.241.403	Rp.8.250.165	Rp.7.730.353	Rp.8.973.305	Rp.7.685.406	Rp.9.271.329
30	Jejen Kusmawan (The Edge Restaurant)	Rp.15.000.000	Rp.10.435.631	Rp.12.174.327	Rp.11.450.283	Rp.15.762.203	Rp.13.875.360	Rp.11.920.172

Tabel 2. Data Pendapatan Usaha Kecil Kuliner Di Kecamatan Medan Selayang Periode Bulan Juli- Desember Tahun 2023

No	Nama	Target Pendapatan / Bulan	Pendapatan Selama Bulan Juli – Desember Tahun 2023 (juta)					
			Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
1	Ferry Hasibuan (Cafe Rilax)	Rp.50.000.000	Rp.32.314.562	Rp.32.895.162	Rp.40.708.461	Rp.36.770.168	Rp.25.926.110	Rp.43.552.109
2	Siska Zullian (Lekker Urban Food House)	Rp.50.000.000	Rp.48.309.675	Rp.40.186.950	Rp.49.942.104	Rp.38.187.425	Rp.47.442.265	Rp.41.926.270
3	Ashadi (Kito Cafe)	Rp.50.000.000	Rp.40.435.631	Rp.32.174.327	Rp.41.450.283	Rp.35.762.203	Rp.33.875.360	Rp.41.920.172
4	Fredi Sitepu (Macehat Coffee)	Rp.50.000.000	Rp.42.314.562	Rp.32.895.162	Rp.40.708.461	Rp.46.770.168	Rp.45.926.110	Rp.43.552.109
5	Herman Arbie (Lavender The Purple)	Rp.50.000.000	Rp.48.309.675	Rp.40.186.950	Rp.49.942.104	Rp.49.187.425	Rp.47.442.265	Rp.48.926.270
6	Aziza Fazira (Kopi Kenangan)	Rp.50.000.000	Rp.48.309.675	Rp.40.186.950	Rp.49.942.104	Rp.38.187.425	Rp.47.442.265	Rp.41.926.270
7	Anmansyah (Martabak Bangkok)	Rp.50.000.000	Rp.44.754.260	Rp.52.928.350	Rp.44.342.182	Rp.48.106.980	Rp.47.283.105	Rp.48.345.624
8	Denny Bahroeny (Choco Bakery)	Rp.50.000.000	Rp.42.965.621	Rp.43.862.237	Rp.43.327.204	Rp.42.906.317	Rp.43.175.990	Rp.37.535.770
9	Dendy Bahari (Domino's Pizza)	Rp.50.000.000	Rp.32.314.562	Rp.32.895.162	Rp.40.708.461	Rp.36.770.168	Rp.45.926.110	Rp.43.552.109
10	Putra A. (Richeese Factory)	Rp.50.000.000	Rp.48.309.675	Rp.40.186.950	Rp.49.942.104	Rp.38.187.425	Rp.47.442.265	Rp.41.926.270
11	Boy Hutabarat (Sinar Utama)	Rp.50.000.000	Rp.40.435.631	Rp.32.174.327	Rp.41.450.283	Rp.35.762.203	Rp.33.875.360	Rp.41.920.172
12	Mustaqim (HokbenKing)	Rp.50.000.000	Rp.42.314.562	Rp.32.895.162	Rp.40.708.461	Rp.46.770.168	Rp.45.926.110	Rp.43.552.109
13	Sayid Haris (Restoran Garuda)	Rp.50.000.000	Rp.48.309.675	Rp.40.186.950	Rp.49.942.104	Rp.49.187.425	Rp.47.442.265	Rp.48.926.270

Tabel 3. Data Pendapatan Usaha Menengah Kuliner Di Kecamatan Medan Selayang Periode Bulan Juli- Desember Tahun 2023

No	Nama	Target Pendapatan / Bulan	Pendapatan Selama Bulan Juli – Desember Tahun 2023 (juta)					
			Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
1	Irfansyah Lubis (Samudera Kupi)	Rp.100.000.000	Rp.92.314.562	Rp.95.895.162	Rp.100.708.461	Rp.96.770.168	Rp.95.926.110	Rp.98.552.109
2	M. Valdy (Hitam Putih)	Rp.100.000.000	Rp.98.309.675	Rp.99.186.950	Rp.97.942.104	Rp.98.187.425	Rp.97.442.265	Rp.111.926.270
3	M. Zaimi (Agam Inong)	Rp.100.000.000	Rp.95.683.371	Rp.98.975.110	Rp.98.167.366	Rp.111.540.875	Rp.100.754.690	Rp.99.716.524

Dari tabel di atas, diketahui data pendapatan UMKM Kecamatan Medan Selayang periode bulan Juli- Desember Tahun 2023 mengalami fluktuasi dan target penjualan belum tercapai. Hal ini karena pemilik UMKM kurang memiliki efikasi diri dan keunggulan bersaing.

TINJAUAN PUSTAKA

Efikasi diri (Self – Efficacy)

Memiliki kepercayaan diri yang besar merupakan salah satu ukuran untuk memperoleh hasil. Efikasi diri sebagai penilaian diri atas kemampuan seseorang untuk melakukan serangkaian tindakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Menurut Bandura (2010:90) efikasi diri adalah keyakinan seorang individu mengenai kemampuannya dalam mengorganisasi dan menyelesaikan suatu tugas yang diperlukan untuk mencapai hasil tertentu dalam berbagai bentuk dan tingkat kesulitan. Dengan kata lain efikasi diri merupakan keyakinan individu tentang kemampuannya untuk mengendalikan lingkungan, pengalaman, pengetahuan, keterampilan, dukungan sosial serta pengakuan terhadap pencapaian individu.

Indikator efikasi diri menurut Zimmerman (2016:77) meliputi :

1. Kekuatan keyakinan (*Strength*) berkaitan dengan kekuatan pada keyakinan individu atas kemampuannya.
2. Tingkat kesulitan tugas (*Magnitude*) berkaitan dengan derajat kesulitan tugas individu.
3. Generalitas (*Generality*) berkaitan dengan keyakinan individu terhadap kemampuannya.

Indikator efikasi diri menurut Maslow (2007:270) yaitu :

- a. Realisasi diri (*Self-actualization*)
Ketika individu mencapai tingkat ini dalam hierarki kebutuhan, mereka mampu mengaktualisasikan potensi penuh mereka. Ini melibatkan pengekplorasi dan pengembangan diri, pemahaman yang mendalam tentang diri sendiri, serta mencapai tujuan yang pribadi dan bermakna.
- b. Pencapaian pribadi
Merupakan upaya individu untuk mencapai potensi mereka yang terbaik dan memperoleh pencapaian yang signifikan dalam kehidupan mereka.
- c. Pengakuan dan penghargaan
Individu yang memiliki efikasi diri yang tinggi mungkin menerima pengakuan dan penghargaan dari orang lain untuk keterampilan, prestasi, atau kontribusi mereka.
- d. Kemandirian
Individu yang merasa efektif dan kompeten dalam berbagai aspek kehidupan mereka mungkin merasa lebih mandiri dan percaya diri dalam mengatasi tantangan dan mencapai tujuan mereka.
- e. Kebebasan dan otonomi
Merupakan pengalaman individu dalam mengendalikan hidup mereka sendiri, membuat keputusan yang relevan dengan kebutuhan dan nilai-nilai pribadi mereka.

Keunggulan Bersaing (*Competitive Advantage*)

Perusahaan mengalami keunggulan bersaing ketika tindakan dalam suatu industri atau pasar menciptakan nilai ekonomi dan ketika beberapa perusahaan yang bersaing terlibat dalam tindakan serupa. Porter (2004:119) menjelaskan keunggulan bersaing merupakan kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai yang lebih tinggi daripada pesaingnya, sehingga mampu mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar.

Indikator keunggulan bersaing menurut Barney (2016:107) yaitu:

1. Kepemimpinan Biaya (*Cost Leadership*)
Dengan menerapkan *cost leadership* sebuah perusahaan akan mampu menekan biaya pengeluaran dalam kegiatan suatu perusahaan
2. Perbedaan (*Differentiation*)
Menciptakan suatu produk atau jasa yang berbeda dari yang lain dan memaksimalkan secara keseluruhan akan menciptakan suatu yang bernilai dan berbeda bagi para pelanggan.
3. Fokus (*Focus*)
Memanfaatkan dan mengoptimalkan tujuan suatu perusahaan dengan taat pada apa yang ditargetkan perusahaan untuk menciptakan suatu produk atau jasa yang berbeda

Beberapa indikator keunggulan bersaing menurut Sunyoto (2015:63):

- a. Harga (*price*), yaitu pengorbanan yang dibebankan pada pelanggan untuk mendapatkan suatu produk/jasa dan merupakan atribut yang paling memengaruhi keunggulan bersaing
- b. Kualitas (*quality*), yaitu kehandalan yang dimiliki oleh produk dan dapat digunakan sebagai alat strategis untuk mencapai keunggulan bersaing serta merupakan elemen penting dalam penentuan nilai bagi pelanggan
- c. Pengiriman (*delivery*), yaitu kemampuan perusahaan untuk mengirimkan produk/jasa tepat waktu (*on time*), dalam tipe dan volume yang sesuai dengan keinginan pelanggan
- d. Inovasi (*innovation*), yaitu konsep yang meliputi penerapan dari ide, produk, atau proses yang baru dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha adalah kemampuan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan dengan memberikan nilai yang superior dibandingkan pesaing. Keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh pencapaian target keuangan semata melainkan juga oleh sejumlah faktor yang lebih luas. Menurut Drucker (2002:150) keberhasilan usaha adalah pencapaian tujuan yang diinginkan dalam menjalankan suatu bisnis atau organisasi. Ini melibatkan inovasi, efisiensi, manajemen yang baik, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan dan menciptakan nilai bagi pelanggan Menurut Kasmir (2006:79) ada 4 (empat) indikator keberhasilan usaha yaitu:

1. Jumlah penjualan meningkat
 Penjualan meningkat merupakan indikasi berhasil tidaknya usaha dalam persaingan.
2. Hasil produksi meningkat
 Besar kecilnya produktivitas akan mempengaruhi besar kecilnya penjualan dan pada akhirnya mempengaruhi besar kecilnya laba yang di peroleh.
3. Keuntungan atau profit bertambah
 Keuntungan merupakan nilai lebih yang diperoleh dari hasil penjualan setelah dikurangi modal dan biaya produksi yang dapat menentukan hasil produktivitas selanjutnya.
4. Pertumbuhan Usaha dapat dilihat dari penjualan, laba, dan aktiva.

Indikator keberhasilan usaha menurut Noor (2007:197) adalah:

- a. (*Laba/Profitability*) merupakan tujuan utama dari bisnis. Laba usaha adalah selisih antara pendapatan dengan biaya.
- b. Produktivitas dan Efisiensi
 Besar kecilnya produktivitas suatu usaha akan menentukan besar kecilnya produksi.
- c. Daya Saing adalah kemampuan atau ketangguhan dalam bersaing untuk merebut perhatian dan loyalitas konsumen..
- d. Terbangunnya citra baik

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM Kuliner Kecamatan Medan Selayang yang berjumlah 46. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik sampling jenuh atau sensus dimana keseluruhan populasi dijadikan sebagai sampel.

Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian diperoleh dari pembagian angket, wawancara dan studi dokumentasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan skala likert.

Definisi Operasional

Tabel 4. Definisi Operasional Variabel, Indikator dan Skala Pengukuran

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Efikasi Diri/ <i>Self-Efficacy</i> (X_1)	Keyakinan seseorang tentang kemampuannya untuk berhasil dalam mencapai tujuan, mengatasi tantangan, dan menghadapi situasi hidup.	1.Kekuatan dan keyakinan (<i>Strength</i>) 2.Tingkat kesulitan tugas (<i>Magnitude</i>) 3.Generalitas (<i>Generality</i>) Zimmerman (2016:77)	Likert
		4.Realisasi diri 5.Pencapaian pribadi 6.Pengakuan 7.Kemandirian	

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
		8.Kebebasan Maslow,(2007:270)	
Keunggulan Bersaing/ Competitive Advantage (X ₂)	Kemampuan suatu perusahaan untuk menciptakan nilai lebih dibandingkan pesaingnya, baik melalui biaya yang lebih rendah atau diferensiasi produk yang unik.	1. <i>Cost leadership</i> (kepemimpinan biaya) 2. <i>Differentiation</i> (perbedaan) 3. <i>Focus</i> (Fokus) Lucky (2016:107) 4.Harga 5.Kualitas 6.Pengiriman 7.Inovasi Sunyoto (2015:63)	Likert
Keberhasilan Usaha (Y)	Hasil dari pencapaian secara maksimal atas kegiatan usaha yang menghasilkan materi semakin bertambah	1.Jumlah penjualan meningkat 2.Hasil produksi meningkat 3.Pertumbuhan usaha Kasmir (2006:79) 4.Laba 5.Efisisensi 6.Daya saing 7.Terbangunnya citra baik Noor (2007:197)	Likert

HASIL PENELITIAN

Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

1. Uji Validitas

a) *Convergent Validity* adalah korelasi antara skor indikator dan skor konstruk. Nilai *convergent validity* merupakan *loading factor* pada variabel laten dengan indikatornya serta diharapkan memiliki nilai $> 0,7$ dan AVE (*Average Variance Extraced*) $> 0,5$ (Ichwanudin. 2018). Berikut nilai *loading factor* yang dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Loading Faktor (Outer Loading)

Variabel	Pengukuran indikator	Indikator	Outer loading	AVE	Keterangan
Efikasi Diri	X1	Saya memiliki kepercayaan diri yang kuat dalam menjalankan usaha saya	0.759		Valid
	X2	Saya yakin dapat menyelesaikan tugas - tugas yang rumit dalam usaha saya	0.719		Valid
	X3	Saya merasa kemampuan saya dalam usaha ini bisa diaplikasikan pada situasi bisnis lain	0.703		Valid
	X4	Saya merasa puas dengan perkembangan diri saya melalui usaha ini	0.746		Valid

Variabel	Pengukuran indikator	Indikator	Outer loading	AVE	Keterangan
	X5	Saya melihat usaha ini sebagai bukti kemampuan saya dalam mencapai tujuan	0.762	0.577	Valid
	X6	Saya merasa usaha saya mendapatkan pengakuan yang layak dari orang lain	0.813		Valid
	X7	Saya merasa mampu menjalankan usaha ini secara mandiri	0.837		Valid
	X8	Saya merasa memiliki kebebasan penuh dalam menjalankan usaha ini	0.730		Valid
Keunggulan Bersaing	XX1	Saya yakin dapat mengelola semua biaya usaha dengan efisien	0.829	0.637	Valid
	XX2	Saya merasa mampu menciptakan produk yang unik dibandingkan dengan pesing	0.794		Valid
	XX3	Saya percaya dapat focus pada target pasar	0.761		Valid
	XX4	Saya yakin dapat menentukan harga produk yang sesuai bagi konsumen	0.789		Valid
	XX5	Saya merasa produk saya memiliki kualitas yang bagus	0.883		Valid
	XX6	Saya mampu mengatur pengiriman yang cepet	0.735		Valid
	XX7	Saya mampu mengembangkan inivasi untuk usaha saya	0.787		Valid
Keberhasilan Usaha	Y1	Saya mampu mencapai target penjualan dalam usaha saya	0.754	0.588	Valid
	Y2	Saya mampu meningkatkan permintaan pasar untuk usaha saya	0.782		Valid
	Y3	Saya yakin usaha saya terus mengalami perkembangan	0.801		Valid
	Y4	Saya yakin laba usaha saya meningkat dari waktu ke waktu	0.756		Valid
	Y5	Saya mampu mengelola usaha saya dengan efisien	0.747		Valid
	Y6	Saya mampu mempertahankan usaha saya dari pesaing	0.774		Valid
	Y7	Saya merasa bahwa usaha saya memiliki reputasi yang baik	0.751		Valid

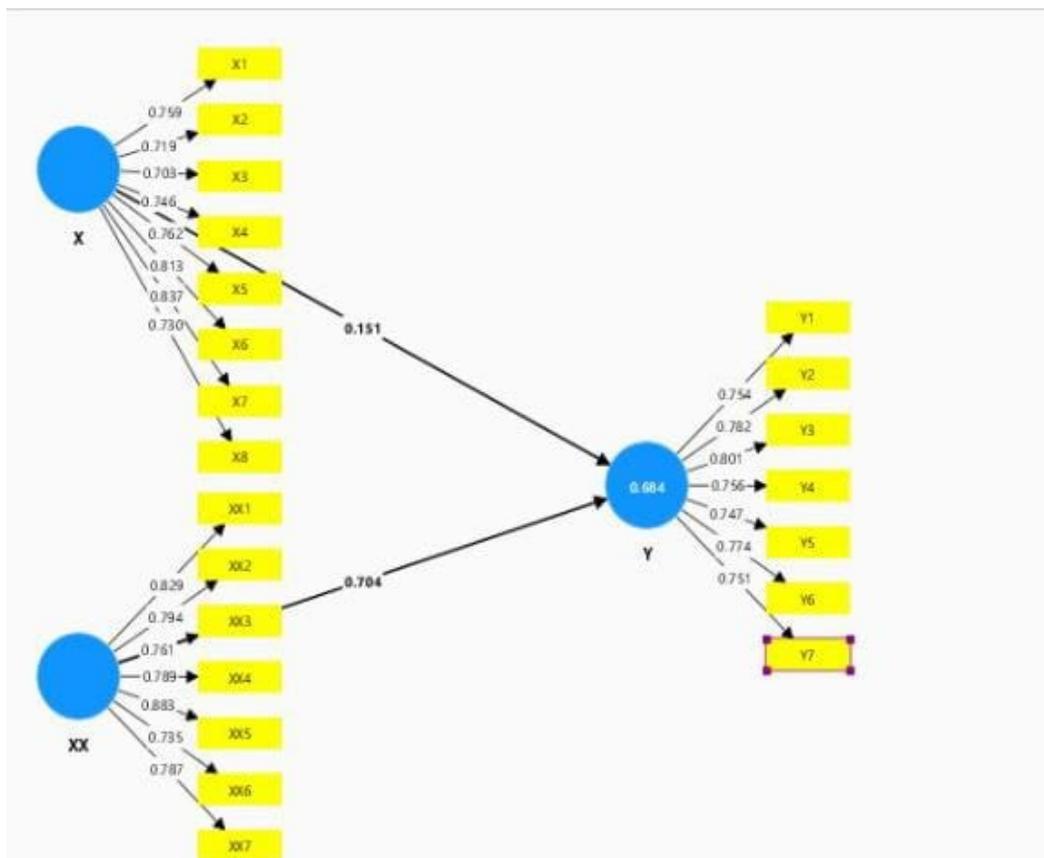
Sumber: Data diolah dengan Smart Pls 4

Berdasarkan tabel 5 dapat disimpulkan bahwa variabel Efikasi Diri diukur oleh 8 indikator item pernyataan penelitian pada usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kecamatan Medan Selayang. Secara rata rata 0.703 – 0.837. item pengukuran tersebut valid mencerminkan pengukuran Efikasi Diri. Tingkat Konvergent yang ditunjukkan oleh nilai AVE $0.577 \geq 0.50$ telah memenuhi syarat validitas kovergent yang baik. Secara keseluruhan variasi item pengukuran yang dikandung oleh variabel mencapai 83,7 %

Variabel keunggulan bersaing diukur oleh 7 indikator item pernyataan penelitian pada usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kecamatan Medan Selayang. Secara rata rata 0.735 – 0.883. item pengukuran tersebut valid mencerminkan pengukuran keunggulan bersaing. Tingkat Konvergent yang ditunjukkan oleh nilai AVE $0.637 \geq 0.50$ telah memenuhi syarat validitas kovergent yang baik. Secara keseluruhan variasi item pengukuran yang dikandung oleh variabel mencapai 88.3%

Variabel keberhasilan usaha diukur oleh 7 indikator item pernyataan penelitian pada usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kecamatan Medan Selayang. Secara rata rata 0.747 – 0.801. item pengukuran tersebut valid mencerminkan pengukuran keunggulan bersaing. Tingkat Konvergent yang ditunjukkan oleh nilai AVE $0.588 \geq 0.50$ telah memenuhi syarat validitas kovergent yang baik. Secara keseluruhan variasi item pengukuran yang dikandung oleh variabel mencapai 80.1%

Dapat dilihat pada tabel 5 di atas seluruh indikator dalam penelitian ini dinyatakan valid, hal ini karena nilai loading factor yang dihasilkan oleh masing - masing indikator yaitu $> 0,7$. Dan dapat dilihat pada gambar 4.2 dibawah yang merupakan gambar dari hasil uji loading factor pada aplikasi SmartPLS sebagai berikut.:



Gambar 1. Hasil Uji Loading Faktor

Sumber : Data diolah dengan SMARTPLS 4

Alat ukur lain dalam mengukur validitas yaitu AVE (Average Variance Exctrated). Menurut (Ichwanudin 2018). Nilai AVE harus $> 0,5$. Bahwa Variabel keunggulan bersaing memiliki nilai AVE tertinggi yaitu sebesar 0.637. Sedangkan yang memiliki nilai AVE terendah yaitu variabel efikasi diri dengan nilai sebesar 0.577 dapat dilihat dari tabel 4.7 Bahwa seluruh nilai AVE dari masing-masing variabel yaitu $> 0,5$. Dapat disimpulkan bahwa nilai loading factor dan AVE telah memenuhi syarat Convergent Validity.

a) Discriminant Validity

Tabel 6. Discriminant Validity – Fornell – Larcker Criterion

	Efikasi diri	Keunggulan bersaing	Keberhasilan usaha
Efikasi diri	0.760		
Keunggulan bersaing	0.773	0.798	
Keberhasilan usaha	0.696	0.821	0.767

Sumber: Data diolah dengan Smart Pls 4

Berdasarkan tabel 6 dapat disimpulkan bahwa variabel efikasi diri mempunyai akar AVE (0.760). lebih besar korelasinya dengan keunggulan bersaing (0.798) demikian juga dengan keberhasilan usaha (0.696). Hasil ini menunjukkan bahwa validitas discriminant variabel efikasi diri. Demikian dengan validitas keunggulan bersaing mempunyai akar AVE (0.773) dan lebih besar korelasinya dengan keberhasilan usaha (0.821).

Tabel 7. Discriminant Validity – Heterotrait- monotrait Ratio (HTMT) – Matrix

	Efikasi diri	Keunggulan bersaing	Keberhasilan usaha
Efikasi diri			
Keunggulan bersaing	0.816		
Keberhasilan usaha	0.755	0.895	

Sumber: Data diolah dengan Smart Pls 4

Dari data pada tabel 7 diketahui hasil pengujian menunjukkan nilai HTMT dibawah 0.90 untuk pasangan variabel maka validitas diskriminan tercapai. Variabel membagi variasi item pengukuran terhadap item yang mengukurnya lebih kuat dibandingkan membagi variasi pada item variabel lainnya.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 8. Construct reliability

Variabel	Composite reliability	Cronbanch alpha	Keterangan
Efikasi diri	0.900	0.896	Reliable
Keunggulan bersaing	0.913	0.905	Reliable
Keberhasilan usaha	0.888	0.884	Reliable

Sumber: Data diolah dengan Smart Pls 4

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat bahwa seluruh variabel telah memenuhi syarat uji reliabilitas yaitu nilai cronbach's alpha 0,6. Ichwanudin (2018) ada seluruh variabel memiliki nilai composite reliability $> 0,7$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan memenuhi persyaratan. Sehingga penelitian ini bisa dilanjutkan pada tahap pengujian inner model.

Analisis Model Struktural (Inner Model)

1. Inner VIF (Variace inflated factor)

Tabel 9. Output Collinearity Statistic (VIF) – Inner Model - Matriks

	Efikasi diri	Keunggulan bersaing	Keberhasilan usaha
Efikasi diri			2.489
Keunggulan bersaing			2.489
Keberhasilan usaha			

Sumber: data diolah dengan Smart Pls 4

2. Uji Hipotesis

Tabel 10. Uji Hipotesis

	T statistics (JO/STDEVI)	Pvalues	95% interval kepercayaan path coefficient		F square
			Batas bawah	Batas atas	
X→Y	1.338	0.083	-0.029	0.329	0.029
XX→Y	5.604	0.000	0.494	0.902	0.630

Sumber: Data diolah dengan Smart Pls 4

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diatas maka diketahui sebagai berikut: Kriteria penerimaan hipotesis yaitu jika t-statistik lebih dari 1,96 dan p-value kurang dari 0,05, Maka Ha diterima dan Ho ditolak, begitu sebaliknya.

Adapun hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

1. Uji Hipotesis Pertama

Ho: Efikasi diri tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha

Ha: Efikasi diri tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha

Hasil Penelitian menunjukkan Efikasi diri tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Terlihat dari nilai koefisien regresi 0.151. dan hasil dari pengolahan data terdapat nilai t-statistik sebesar 1.338 lebih kecil dari 1.96 dengan nilai p-value sebesar 0.083 lebih besar dari 0.05 maka dari itu (Ha) ditolak. Artinya Efikasi diri tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Dalam selang kepercayaan 95% besar pengaruh efikasi diri dalam meningkatkan keberhasilan usaha terletak antara -0.029 sampai 0.329. Meskipun demikian keberadaan efikasi diri dalam meningkatkan keberhasilan usaha mempunyai nilai rendah dalam level structural (f square = 0.029). Peningkatan efikasi diri dinilai sangat penting karena ketika efikasi diri seseorang meningkat maka dipastikan keberhasilan usaha akan meningkat sebesar 0.327.

2. Uji Hipotesis Kedua

Ho: Keunggulan Bersaing tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha

Ha: Keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha

Hasil Penelitian menunjukkan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Terlihat dari nilai koefisien regresi 0.704. dan hasil dari pengolahan data terdapat nilai t-statistik sebesar 5.604 lebih besar dari 1.92 dengan nilai p-value sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05 maka dari itu (Ha) diterima. Artinya keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Dalam selang kepercayaan 95% besar pengaruh keunggulan bersaing dalam meningkatkan keberhasilan usaha terletak antara 0.494 sampai 0.902. Meskipun demikian keberadaan keunggulan bersaing dalam meningkatkan keberhasilan usaha mempunyai pengaruh dalam level structural (f square = 0.630). Keunggulan bersaing mempunyai peranan yang penting dalam meningkatkan keberhasilan usaha hingga 0.902

3. Nilai F Square

Nilai F square yaitu pengaruh variabel langsung pada level structural dengan kriteria (f square 0.02 rendah, 0,15 moderat dan 0,35 tinggi), hair et all (2021)

Tabel 11. Nilai F Square

	Efikasi diri	Keunggulan bersaing	Keberhasilan usaha
Efikasi diri			0.029
Keunggulan bersaing			0.630
Keberhasilan usaha			

Sumber: data diolah dengan Smart Pls 4

Uji Godness of Fit

1. R-Square

Tabel 12. Nilai R-Square

VARIABEL	R-SQUARE	R-SQUARE ADJUSTED
Keberhasilan usaha	0.684	0.669

Sumber: data diolah dengan Smart Pls 4

Berdasarkan tabel 12 dapat dilihat R-Square untuk variabel keberhasilan usaha sebesar 0.684, maka nilai tersebut merupakan tanda variabel keberhasilan usaha berpengaruh terhadap variabel efikasi diri dan keunggulan bersaing sebesar 68.4%. dan 31.6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini

2.SRMR

Tabel 13. Nilai SRMR

	Tafsiran model
SRMR	0.144

Sumber: data diolah dengan Smart Pls 4

Berdasarkan hasil pengolahan di atas maka dapat disimpulkan bahwa asumsi model adalah 0.082 yang berarti bahwa model mempunyai kecocokan acceptable fit. Data empiris dapat menjelaskan pengaruh antara variabel dalam model.

PEMBAHASAN

Pengaruh efikasi diri terhadap keberhasilan usaha

Dilihat dari hasil pengolahan data terdapat nilai t- statistic sebesar 1.33 lebih kecil dari 1.96 dengan nilai p- value sebesar 0.083 lebih besar dari 0.05, oleh karena itu hipotesis pertama ditolak. Dengan ditolaknya hipotesis pertama berarti efikasi diri tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Kecamatan Medan Selayang.

Pengaruh keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha

Dilihat dari hasil pengolahan data terdapat nilai t- statistic sebesar 5.604 lebih besar dari 1.96 dengan nilai p – value sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05, oleh karena itu hipotesis kedua diterima. Dengan diterimanya hipotesis kedua berarti keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Kecamatan Medan Selayang. Hal ini berarti keunggulan bersaing mempunyai peran penting dalam meningkatkan keberhasilan usaha.

KESIMPULAN

1. Efikasi diri tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, terlihat dari koefisien regresinya sebesar 0.151. dan hasil pengolahan data terdapat nilai t-statistic sebesar 1.33 lebih kecil dari 1.96 dengan nilai p-value sebesar 0.083 lebih besar dari 0.05. Artinya hipotesis pertama dalam penelitian ini ditolak.
2. Keunggulan bersaing memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, terlihat dari nilai t- statistik sebesar 5.604 lebih besar dari 1.96 dengan nilai p- value sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima.
3. Koefisien determinasi R sebesar 0,684 atau 68,4% artinya keberhasilan usaha pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dapat dijelaskan oleh efikasi diri dan keunggulan bersaing sebesar 68.4% sedangkan 31.6 % lagi dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini seperti strategi pemasaran dan manajemen keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bandura.(2010). *Tinjauan Teori Kognitif Sosial dan Self Efficacy*. Bandung: Alfabeta.
- Barney.(2006). *Perusahaan,Sumber Daya, dan Berkelanjutan Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga
- Ducker,Peter Ferdinand.(2010). *Inovation and Enterpreneurship (Inovasi dan Kewirausahaan)*. Edisi 4. Terjemahan Rusjdi Naib.Jakarta:Gelora Aksara Pratama Erlangga
- Kasmir.(2006). *Kewirausahaan*.Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Maslow, H. Abraham. (2007). *Motivation and Personality (Motivasi dan Kepribadian)*. Edisi 3 Terjemahan Nurul Imam. Jakarta: PT.PBD
- Noor. (2007). *Investasi,dan Pengembangan Ekonomi*.Jakarta: PT Erlangga
- Porter,Michael. (2004). *Competitive Strategy (Strategi Bersaing : Teknik Analisis Industri dan Pesaing)*. Edisi 8.Terjemahan Sigit Suryanto Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- Sunyoto.(2015). *Manajemen Pemasaran untuk Mahasiswa,Usaha Mikro,Kecil dan Menengah*. Yogyakarta : Deepublish
- Zimmerman.(2005).*Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management.(Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil)*. Edisi 5.Terjemahan Deni Arnos. Jakarta: Salemba Empat