

## Faktor Keberhasilan Usaha UMKM Jajanan Asing Kaki Lima di Kota Serang

### Success Factor of SME's Non Traditional Street Food in Serang City

Fauzan Anggi Prasatya<sup>1\*</sup>, Tjahja Muhandri<sup>2</sup>, dan Eko Ruddy Cahyadi<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Pascasarjana Pengembangan Industri Kecil Menengah SPs IPB

<sup>1</sup>UPT 1 Dinas Peternakan dan Perikanan Bogor

<sup>2</sup>Departemen Ilmu dan Teknologi Pangan, Fakultas Teknologi Pangan IPB

Jl. Kamper, Kampus IPB Darmaga Bogor 16680

<sup>3</sup>Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen

Jl. Agatis, Kampus IPB Darmaga, Bogor 16680

---

#### ABSTRAK

Persaingan bisnis makanan jajanan asing saat ini sangat ketat dan beragam inovasi produk. Untuk meraih pangsa pasar yang diinginkan dan memenangkan kompetisi bisnis yang dapat memberikan keuntungan memadai pengusaha perlu mengetahui faktor apa saja dapat memengaruhi keberhasilan suatu usaha. Tujuan penelitian ini: (1) memetakan karakteristik pengusaha jajanan asing kaki lima yang tersebar di Kota Serang, (2) mengetahui faktor yang paling memengaruhi keberhasilan usaha jajanan asing kaki lima. Metode pengambilan contoh dilakukan dengan cara *purposive sampling* 100 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan regresi logistik biner. Hasil penelitian ini menunjukkan karakteristik pengusaha jajanan asing kaki lima yang berhasil di Kota Serang adalah wanita, karena memiliki sikap kehati-hatian yang sangat tinggi, cenderung menghindari resiko dan lebih teliti dibandingkan pria. Sisi inilah yang membuat wanita tidak terburu-buru dalam mengambil keputusan. Faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha jajanan asing kaki lima adalah harga produk, nama usaha dan modal awal usaha.

Kata kunci: jajanan asing kaki lima, keberhasilan usaha, UKM

#### ABSTRACT

The competition of food business is currently very strict and diverse product innovations. To achieve the market share and win the business competition needs to know the affecting success factors. This study has two main objectives that include the following to: (1) mapping the characteristics of non traditional street food entrepreneur in Serang City, (2) identify the most affected success factor of non traditional street food business. Sampling method was used by purposive sampling 100 respondents. The analytical method used descriptive analysis and binary logistic regression. This research showed most of successful vendor are woman, because they are very conscientious than mens and tend to avoid risk. Affecting success factors on non traditional street food business were price of the product, business name and start up capital.

Key words: non traditional street food, SME, success business

#### PENDAHULUAN

Persaingan bisnis makanan jajanan asing saat ini sangat ketat dan beragam inovasi produk. Untuk meraih pangsa pasar yang diinginkan dan memenangkan kompetisi bisnis yang dapat memberikan keuntungan memadai pengusaha perlu mengetahui faktor apa saja yang dapat

memengaruhi keberhasilan suatu usaha. Saat ini belum tersedia informasi mengenai faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha bisnis makanan jajanan non tradisional atau jajanan asing kaki lima dan pengaruh infrastruktur, strategi pemasaran, modal dan karakteristik usaha terhadap keberhasilan usaha.

---

\*) Korespondens:

Jl.USA No.86 UPT Perikanan (Posikandu) Ciseeng, Bogor 16330; email: [anggizhn@gmail.com](mailto:anggizhn@gmail.com)

Perkembangan jumlah UMKM tersebar di seluruh Provinsi di Indonesia, termasuk Kota Serang. Kota Serang adalah wilayah baru hasil pemekaran Kabupaten Serang Provinsi Banten. Perkembangan industri UKM dari Disperindag Kota Serang sampai tahun 2015 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah industri makanan dan minuman skala kecil dan menengah Kota Serang

Kecamatan	Sektor Usaha Formal	Sektor Usaha Informal
Serang	9	156
Taktakan	1	65
Cipocok Jaya	3	79
Curug	1	73
Kasemen	1	59
Walantaka	1	73
<b>Jumlah</b>	<b>16</b>	<b>505</b>

Berdasarkan Tabel 1, jumlah industri kecil menengah non formal lebih banyak dibandingkan sektor formal. Hal utama yang membedakan antara Industri kecil menengah (IKM) pada sektor usaha formal dan informal adalah modal, pembayaran pajak resmi dan teknologi produksi yang digunakan. Sektor informal relatif memiliki modal yang kecil dibandingkan dengan sektor usaha formal. Salah satu usaha sektor informal adalah pedagang kaki lima. Salah satu contoh makanan yang dijual pedagang kaki lima adalah makanan jajanan siap saji. Makanan jajanan (*street food*) merupakan makanan siap makan atau diolah di lokasi jualan (Rosyidi, 2006). Terdapat dua jenis makanan jajanan di Indonesia yaitu makanan jajanan tradisional dan makanan jajanan non tradisional (Febry, 2006). Hal yang sering dilihat di era-modern ini adalah makanan jajanan non tradisional. Makanan jajanan non tradisional adalah makanan yang diolah dengan alat modern. Oleh sebab itu, perkembangan pola kehidupan masyarakat yang serba cepat, praktis dan modern membuat para pebisnis tertarik untuk membuka bisnis kuliner untuk meningkatkan perekonomian. Berkaitan dengan pengembangan usaha, usaha apapun ingin mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Dengan kata lain mereka ingin mencapai keberhasilan usaha. Keberhasilan usaha diukur dari beberapa hal, yaitu kemampuan menguasai pasar, bertahan dalam persaingan, pendapatan yang lebih dan bertahan dalam kondisi yang sulit (Machfoedz, 2005).

Berdasarkan penelitian terdahulu di Surabaya (Kristiningsih dan Trimarjono, 2014)

dikemukakan bahwa faktor kesuksesan UKM dipengaruhi beberapa faktor yaitu kemauan kerja keras (*hardworker*), kepercayaan diri, kemauan belajar, ambisi untuk maju, kepandaian berkomunikasi, kedekatan lokasi dengan industri, kemudahan memperoleh pasar baru, informasi tentang pesaing, informasi peluang usaha, informasi pengembangan produk, kemudahan akses modal dan pengelolaan keuangan. Penelitian yang dilakukan oleh Nainggolan (2016) dengan judul Gender, Tingkat Pendidikan dan Lama Usaha Sebagai Determinan Penghasilan UMKM Kota Surabaya dengan metode analisis regresi logistik ordinal. Hasil penelitiannya adalah gender berpengaruh positif terhadap penghasilan yang diperoleh. Laki-laki memiliki pengaruh besar terhadap jumlah penghasilan yang diperoleh. Dua peubah lain yaitu tingkat pendidikan dan lama usaha tidak berpengaruh terhadap penghasilan yang diperoleh. Membuka usaha di kota besar tidak dipengaruhi oleh tingkat pendidikan karena disebabkan persaingan usaha yang besar serta kecilnya modal usaha yang membuat pelaku UMKM sulit untuk berkembang. Semakin lama usaha UMKM, tidak semua dijadikan pengalaman bagi pemilik UMKM untuk mengembangkan usaha dan produktivitasnya karena tidak melakukan evaluasi terhadap kemajuan bisnisnya.

Pada masa sekarang dan yang akan datang usaha makanan akan semakin meningkat sesuai dengan makin tingginya daya beli masyarakat, aktivitas dan mobilitas seseorang yang menyebabkan kebiasaan makan di luar rumah semakin meningkat. Oleh karena itu, persaingan dalam bisnis makanan baik antar skala kecil maupun skala besar akan semakin tinggi dan beragam sehingga diperlukan informasi yang dapat diimplementasikan dalam menjalankan bisnis untuk mencapai keberhasilan usaha.

Tujuan penelitian ini: (1) memetakan karakteristik keberhasilan pengusaha jajanan asing kaki lima yang tersebar di Kota Serang, (2) mengetahui faktor yang paling memengaruhi keberhasilan usaha jajanan asing kaki lima.

## METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada UKM jajanan asing kaki lima yang berada di sekitar Kota Serang, Provinsi Banten pada Bulan Juni sampai Agustus 2017. Sumber data dan informasi yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari data

primer yang diperoleh dari kuesioner. Pengambilan contoh dilakukan dengan metode *purposive sampling* 100 responden. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan contoh dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan contoh (Sugiyono, 2010). Kriteria contoh yang digunakan adalah jenis usaha jajanan asing kaki lima, memiliki hasil penjualan maksimal Rp500.000.000 dalam satu tahun dan usaha milik Warga Negara Indonesia.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan regresi logistik biner. Regresi logistik biner atau yang sering disebut dengan model logistik atau model logit merupakan suatu metode analisis regresi yang menggambarkan pola hubungan antara satu peubah dependen (Y) dengan satu atau lebih peubah prediktor atau independen (X). Peubah dependen atau terikat yang digunakan bersifat biner atau dikotomis yaitu peubah yang hanya mempunyai dua kemungkinan nilai, misalnya "ya" atau "tidak" dengan notasi  $y=1$  atau  $y=0$ . Asumsi dalam regresi logistik adalah peubah dependen harus bersifat dikotomi, peubah independen tidak harus memiliki keragaman yang sama antar kelompok peubah dan harus terpisah satu sama lain (eksklusif), sampel yang diperlukan minimal 50 sampel data untuk sebuah peubah independen (Hosmer dan Lemeshow 2000). Uji nyata parameter menggunakan uji *Likelihood Ratio* dan uji Wald dan uji kecocokan model dengan uji Hosmer dan Lemeshow. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS 21. Peubah operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Peubah dependen atau terikat (Y)
  - Y=0; tidak ada peningkatan 25% per tahun dari akumulasi modal awal
  - Y=1; ada peningkatan 25% per tahun dari akumulasi modal awal
- b. Peubah independen atau prediktor (X)
 

Peubah prediktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah 15 peubah dengan dua kategori, yaitu varian produk (X1), harga produk (X2), promosi *online* (X3), paket hemat (X4), pelayanan pengiriman (X5), lahan parkir (X6), fasilitas tempat usaha (X7), ciri khas tempat usaha (X8), nama usaha (X9), modal awal (X10), fisik usaha (X11), lokasi (X12), jenis usaha (X13), lama usaha (X14) dan status kepemilikan (X15).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah contoh penelitian pedagang jajanan asing kaki lima yang diperoleh dari penyebaran 100 kuesioner, yaitu 89 kuesioner lengkap dan sebelas kuesioner tidak lengkap. Pedagang jajanan asing kaki lima dengan jenis kelamin laki-laki 71 orang (79.78%) dan perempuan 18 orang (20.22%). Kelompok produk asal Amerika, Jepang, China, Korea Selatan dan Thailand dibagi menjadi beberapa jenis jajanan. Produk asal Amerika dibagi menjadi 10 jenis, yaitu ayam goreng, stik daging, burger, roti isi, makaroni panggang, sosis, roti es krim, minuman lemon, susu dan kopi. Produk asal Jepang dibagi menjadi tiga jenis, yaitu takoyaki, ramen dan sate ayam. Jajanan asal Korea Selatan dibagi menjadi lima jenis jajanan, yaitu kue beras atau ttepoki, es krim, kentang daging atau tokkebi dan mie. Thailand memiliki dua jenis jajanan, yaitu teh dan ketan mangga. Produk asal China memiliki tiga jenis jajanan, yaitu dimsum, shiomay yang keduanya merupakan olahan ikan atau udang, serta roti isi atau bakpao. Untuk produk asal Meksiko, Turki, India dan Singapura masing-masing hanya memiliki satu jenis jajanan. Produk asal Meksiko adalah nachos, Turki dengan ciri khas kebab isi daging sapi atau kambing, India dengan roti prata dan Singapura dengan produk es krim. Berdasarkan kelompok jenis jajanan asing tersebut, produk asal Amerika memiliki varian produk terbanyak.

### Keberhasilan Usaha

Dalam penelitian ini terdapat 74 orang (83.15%) yang mengalami keberhasilan usaha ditunjukkan dengan adanya peningkatan omzet 25% dari modal awal usaha. Menurut Mazzarol *et al.* (1999), pria lebih banyak membuka usaha dibandingkan wanita. Jenis kelamin pengusaha jajanan asing kaki lima yang berhasil dalam penelitian ini didominasi oleh pria 59 orang. Secara keseluruhan, wanita merupakan pembeda nyata keberhasilan usaha karena 15 orang menunjukkan peningkatan omzet 25% dari 18 orang responden yang mengisi kuesioner. Menurut Kusumatuti *et al.* (2007), wanita memiliki sikap kehati-hatian yang sangat tinggi, cenderung menghindari resiko dan lebih teliti dibandingkan pria. Sisi inilah yang membuat wanita tidak terburu-buru dalam mengambil keputusan.

Jajanan asing kaki lima yang berhasil didominasi oleh produk yang berasal dari Amerika. Hal tersebut karena jenis produk yang ditawarkan

kepada konsumen lebih variatif dibandingkan dengan asal produk dari Negara lainnya.

Pengusaha termuda jajanan asing kaki lima yang berhasil berusia 23 tahun dan tertua adalah 46 tahun. Rerata usia didominasi oleh pengusaha jajanan asing kaki lima yang berusia 35 tahun. Usia dikaitkan dengan pengalaman, semakin bertambahnya usia maka pengalaman akan semakin bertambah. Usia, semakin tinggi usia seseorang, maka semakin bertambah pula ilmu atau pengetahuan yang dimiliki karena pengetahuan seseorang diperoleh dari pengalaman sendiri maupun pengalaman yang diperoleh dari orang lain (Notoatmodjo, 2003).

Pendidikan terakhir pengusaha jajanan asing kaki lima yang berhasil di Kota Serang didominasi oleh lulusan S1 dan S2 (34 orang atau 45,95%). Sisanya lulusan SLTA (31,08%), SLTP (16,22%) dan DIII (6,76%). Pengusaha yang mengenyam pendidikan lebih tinggi cenderung lebih berhasil karena memperoleh ilmu manajemen *modern* sehingga lebih terampil secara pengetahuan untuk mengelola suatu bisnis. Pendidikan yang lebih tinggi pun akan membawa seorang individu untuk memiliki rekan banyak sehingga memiliki jaringan sosial yang lebih luas yang diperlukan untuk mengembangkan usaha, mampu melakukan analisis mengenai tindakan yang harus dilakukan ketika menghadapi masalah, dan cenderung berpikir panjang untuk melihat permasalahan dari berbagai aspek. Pendidikan akan memberikan masukan bagi individu mengenai pengalaman-pengalaman yang pernah dirasakan orang lain yang kemudian dapat digunakan sebagai sumber pembelajaran bagi individu ketika memutuskan untuk berwirausaha (Rahayu, 2014).

Latar belakang pekerjaan pengusaha jajanan asing kaki lima yang berhasil di Kota Serang dominan pada pengusaha yang memiliki pekerjaan terakhir sebagai karyawan swasta (64,86%). Pengalaman adalah pengetahuan atau ketrampilan yang telah dikuasai oleh seseorang akibat dari pekerjaan yang telah dilakukan selama beberapa waktu tertentu. Pengalaman mengelola usaha juga dapat diperoleh dari pengasuhan yang diberikan oleh orang tua yang berprofesi sebagai wirausaha. Handoko (2004) menyatakan semakin luas pengalaman kerja seseorang, semakin terampil seseorang dalam bertindak untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

### Kegagalan Usaha

Dalam penelitian ini terdapat 15 orang (16,85%) yang mengalami kegagalan usaha ditunjukkan dengan tidak adanya peningkatan omzet 25% dari modal awal usaha. Jenis kelamin pengusaha jajanan asing kaki lima yang gagal didominasi oleh pria 12 orang, sisanya adalah wanita tiga orang.

Jajanan asing kaki lima yang gagal adalah produk yang berasal dari Amerika, China, Jepang, Korea Selatan, Thailand dan Turki. Kegagalan usaha jajanan asing kaki lima didominasi oleh produk yang berasal dari Turki. Hal tersebut karena jenis jajanan hanya memiliki satu varian, yaitu kebab.

Pengusaha termuda jajanan asing kaki lima yang gagal berusia 25 tahun dan tertua adalah 41 tahun. Rerata usia didominasi oleh pengusaha jajanan asing kaki lima yang berusia 38 tahun. Usia dalam penelitian ini bukan merupakan perbedaan nyata antara pengusaha jajanan asing kaki lima yang berhasil atau gagal karena masih dalam rerata usia yang tidak jauh berbeda dari frekuensi usia yang mengalami keberhasilan usaha.

Pendidikan terakhir pengusaha jajanan asing kaki lima yang gagal di Kota Serang adalah lulusan S1 sembilan orang, SLTA empat orang dan DIII dua orang. Membuka usaha di kota besar tidak dipengaruhi oleh tingkat pendidikan karena disebabkan persaingan usaha yang besar dari berbagai faktor. Penjual yang memiliki tingkat pendidikan tinggi memang memperoleh omzet yang lebih tinggi, namun perolehan omzet antara penjual yang berpendidikan SMA, SMP dan SD tidak ada perbedaan nyata.

Latar belakang pekerjaan terakhir pengusaha jajanan asing kaki lima yang berhasil di Kota Serang adalah karyawan swasta 11 orang dan pedagang empat orang. Pengalaman kerja sebelumnya dari responden dalam penelitian ini beragam, pengalaman tersebut ada yang berhubungan dan tidak berhubungan dengan bidang usaha yang digeluti sekarang. Sehingga, faktor pengalaman kerja ini tidak memiliki perbedaan yang nyata terhadap keberhasilan usaha atau kegagalan usaha.

### Faktor Penentu Keberhasilan Usaha

Faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha dapat diketahui dari analisis regresi logistik biner. Pengujian parameter melalui uji Wald dengan menggunakan 15 peubah bebas menghasilkan tiga peubah bebas yang memengaruhi

peubah terikat pada taraf nyata 5%. Peubah bebas yang memengaruhi keberhasilan usaha adalah harga produk (X2), nama usaha (X9) dan modal (X10). Nilai *p-value* (sig) X2, X9 dan X10 lebih kecil dari 0,05, artinya masing-masing peubah mempunyai pengaruh parsial yang nyata terhadap peubah terikat dalam model. Peran seluruh peubah penjelas di dalam model secara simultan dapat dilihat dari statistik uji-G atau disebut *Maximum Likelihood*. Hipotesis pengaruh simultan peubah bebas terhadap peubah terikat adalah menerima H1 dan menolak H0, artinya ada pengaruh nyata secara simultan harga produk (X2), nama usaha (X9) dan modal awal usaha (X10) terhadap keberhasilan usaha. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *p-value Chi-Square*  $0,037 < 0,05$ .

Besarnya pengaruh peubah bebas harga, nama usaha dan modal terhadap keberhasilan usaha ditunjukkan dengan nilai Exp (B) atau disebut *Odds Ratio* (OR) pada Tabel 2. Peubah harga produk dengan OR 21,671 kali. Hal ini berarti peluang keberhasilan usaha dengan harga jual produk (X2) kurang dari Rp20,000 lebih besar 21,671 kali dibandingkan dengan pedagang jajanan asing kaki lima yang membandrol produknya dengan harga jual lebih dari Rp20,000. Harga sangat berperan dalam suatu usaha sebagai penentu posisi persaingan penjualan. Nama usaha (X9) dengan OR 13.380 kali menunjukkan peluang

keberhasilan usaha dengan menggunakan nama usaha dalam bahasa asing memiliki peluang lebih besar 13.380 kali dibandingkan nama usaha dalam Bahasa Indonesia atau daerah. Nama usaha atau merek adalah nama, istilah simbol, desain yang digunakan untuk mengidentifikasi suatu produk yang dibuat oleh penjual untuk membedakan dengan produk pesaing tertentu (Kotler dan Armstrong, 2005). Merek memiliki peranan penting terhadap harapan konsumen melalui apa yang disajikan oleh pedagang.

Tingginya animo masyarakat Indonesia terhadap merek asing menjadikan sebagian besar pengusaha menamai produknya dengan bahasa asing. Persepsi kualitas dan sikap terhadap produk yang dijual dalam bahasa asing terkesan mewah dan menarik, sehingga responnya selalu lebih positif dibandingkan dengan merek produk dalam bahasa lokal. Modal awal usaha (X10) dengan OR 0,103 kali menunjukkan peluang keberhasilan usaha dengan modal awal usaha kurang dari Rp50.000.000 dibandingkan pedagang jajanan asing kaki lima yang mengeluarkan modal awal usaha lebih dari Rp50.000.000. Modal adalah faktor penting dan dominan untuk memulai suatu usaha, tetapi hal yang paling utama adalah bagaimana cara mengelola modal secara optimal untuk menghasilkan keberhasilan usaha.

Tabel 2. Hasil uji regresi logistik biner

	Variables in the Equation							
	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp (B)	95% C.I.for EXP(B)	
							Lower Upper	
	Varian(1)	-.648	1.121	.334	1	.563	.523	.058 4.706
	Harga(1)	3.076	1.473	4.358	1	.037	21.671	1.207 389.13
	Promosi(1)	-.648	1.150	.318	1	.573	.523	.055 4.983
	Pakethemat(1)	-.884	.893	.980	1	.322	.413	.072 2.377
	Pengiriman(1)	-.493	1.063	.215	1	.643	.611	.076 4.907
	Parkir(1)	.357	1.061	.113	1	.737	1.428	.179 11.422
	Fasilitas(1)	16.640	40192.947	.000	1	1.00	16857348.886	.000 .
	Ciri(1)	1.069	1.034	1.069	1	.301	2.913	.384 22.106
Step 1 <sup>a</sup>	Namausaha(1)	2.594	1.002	6.701	1	.010	13.380	1.877 95.354
	Modal(1)	-2.272	.912	6.204	1	.013	.103	.017 .616
	Fisikusaha(1)	-17.662	40192.947	.000	1	1.000	.000	.000 .
	Lokasi(1)	.449	1.089	.170	1	.680	1.566	.185 13.228
	Jeniskusaha(1)	-1.656	1.031	2.581	1	.108	.191	.025 1.440
	Lamausaha(1)	.310	.858	.130	1	.718	1.363	.254 7.327
	Status kepemilikan(1)	1.152	1.007	1.309	1	.253	3.164	.440 22.762
	Constant	-1.770	2.286	.600	1	.439	.170	

a. Variable(s) entered on step 1: Varian, Harga, Promosi, Paket hemat, Pengiriman, Parkir, Fasilitas, Ciri, Nama usaha, Modal, Fisik usaha, Lokasi, Jenis usaha, Lama usaha, Status kepemilikan.

Berdasarkan nilai-nilai B pada perhitungan di atas, maka model persamaan yang dibentuk adalah:

$$\ln P/1-P = -1.770 + 3.076X_2 + 2.594X_9 - 2.272X_{10}$$

Untuk mengetahui kemampuan peubah bebas dalam menjelaskan peubah terikat digunakan nilai *Nagelkerke R Square*. Nilai *Nagelkerke R Square* adalah 0,426 menunjukkan kemampuan peubah bebas dalam menjelaskan peubah terikat 42.6% dan sisanya 57,4% dijelaskan oleh faktor lain di luar model yang diteliti. Model yang dibentuk dikatakan tepat jika tidak terdapat perbedaan antara hasil pengamatan dan kemungkinan hasil prediksi model. Nilai signifikansi pada *Hosmer and Lemeshow Test* adalah sebesar 0,335, nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 menunjukkan  $H_0$  diterima atau model regresi yang dibentuk tepat atau cukup mampu menjelaskan data. Salah satu kebaikan model adalah jika memiliki peluang salah klasifikasi yang minimal. Tabel kesesuaian klasifikasi merupakan tabel frekuensi dua arah antara kelompok data sebenarnya dan prediksi seperti disajikan pada Tabel 3. Ketepatan klasifikasi di atas menjelaskan 74 pedagang jajanan asing kaki lima yang mengalami peningkatan omzet 25% dari modal awal di antara 89 wirausahawan yang diambil sebagai contoh. Persentase kesalahan klasifikasi adalah 12,4%, dengan demikian besar ketepatan klasifikasi model adalah 87,6%.

Peubah bebas varian produk (X1), promosi *online* (X3), paket hemat (X4), pelayanan pengiriman (X5), lahan parkir (X6), fasilitas tempat usaha (X7), ciri khas tempat usaha (X8), fisik usaha (X11), lokasi (X12), jenis usaha (X13), lama usaha (X14) dan status kepemilikan (X15) tidak berpengaruh nyata ( $sig > 0,05$ ) terhadap keberhasilan usaha. Jumlah varian produk yang ditawarkan oleh tiap pengusaha lebih dari lima adalah 71 orang, sisanya 18 orang menawarkan varian produk  $\leq 5$ . Varian produk tidak berpengaruh nyata karena rerata jenis produk yang ditawarkan tiap pengusaha adalah sama, tetapi dengan rasa atau ukuran yang berbeda seperti kebab dengan varian ukuran kecil, medium dan jumbo. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha jajanan asing kaki lima adalah promosi *online* (59 orang) dan pelayanan pengiriman (*delivery service*) 45 orang, artinya lebih dari 50% pengusaha jajanan asing kaki lima di Kota Serang menggunakan strategi tersebut untuk meningkatkan minat beli konsumen.

Tabel 3. Ketepatan klasifikasi

		Classification Table <sup>a</sup>			
		Predicted			
Observed	Y	.00	1.00	Percentage	
				Correct	
Step 1	Y	.00	7	8	46.7
		.00	3	71	95.9
<b>Overall</b>				<b>87.6</b>	
<b>Percentage</b>					

a. The cut value is ,500

Promosi *online* dan pelayanan pengiriman tidak berpengaruh nyata terhadap keberhasilan usaha karena pengusaha jajanan asing kaki lima tidak aktif memperbaharui informasi produk atau promo produk pada media sosial yang digunakan, adanya minimum nominal belanja untuk mendapatkan pelayanan pengiriman produk secara gratis. Selain itu, sebagian besar pelayanan pengiriman produk yang ditawarkan oleh pengusaha jajanan asing melalui transportasi *online* (ojek *online*), hal ini mengurangi minat beli konsumen karena biaya pengiriman lebih besar daripada biaya pembelanjaan produk. Strategi pemasaran lain yang digunakan adalah paket hemat, tetapi peubah bebas ini tidak berpengaruh nyata terhadap keberhasilan usaha. Paket hemat yang diterapkan oleh 61 responden tidak selalu ada dan hanya digunakan saat musim liburan seperti libur anak sekolah atau hari raya.

Infrastruktur dalam penelitian ini tidak berpengaruh nyata terhadap keberhasilan usaha. Infrastruktur dalam penelitian ini meliputi lahan parkir, fisik usaha, fasilitas tempat usaha dan ciri khas tempat usaha. Terdapat 74 responden yang memiliki lahan parkir, baik milik sendiri atau gabung dengan pengusaha lainnya dalam satu area. Fisik dan fasilitas usaha didominasi oleh 56 pengusaha yang menggunakan gerobak, tenda dan *food truck* dan tidak menggunakan AC dan atau Wi-Fi, serta 71 orang memiliki ciri khas tempat usaha yang membedakan dengan penjual lain dengan menggunakan ornamen-ornamen dari Negara asal produk. Lokasi usaha 67 responden berada dekat dengan universitas, sekolah, perkantoran dan pusat perbelanjaan, sisanya lokasi usaha 22 responden berada dekat pasar atau di teras *minimarket* dan *supermarket*. Jenis usaha dalam penelitian ini dibagi menjadi dua kategori, yaitu *franchise* dan bukan *franchise*.

Terdapat 70 responden menjawab usaha yang dijalani saat ini bukan *franchise* dengan

status kepemilikan didominasi oleh perorangan 69 orang dan sisanya 20 orang usaha milik bersama. Lama usaha adalah lamanya seorang pengusaha atau pedagang menjalankan usahanya. Lama pembukaan usaha dapat memengaruhi tingkat pendapatan karena lamanya seorang pelaku usaha atau bisnis menekuni bidang usahanya akan memengaruhi produktivitasnya atau keahliannya, sehingga dapat menambah efisiensi dan mampu menekan biaya produksi lebih kecil dari pada hasil penjualan. Selain itu, keterampilan berdagang semakin bertambah dan menambah relasi bisnis maupun pelanggan yang berhasil dijaring (Asmie, 2008). Penelitian ini menunjukkan bahwa lama berdirinya usaha tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Semakin lama usaha, tidak dijadikan pengalaman bagi pemilik usaha untuk mengembangkan usaha dan produktivitasnya.

### KESIMPULAN

Pengusaha jajanan asing kaki lima didominasi laki-laki. Asal produk yang ditawarkan didominasi dari Amerika dengan 10 jenis jajanan yang tersebar di Kota Serang. Rerata usia pengusaha adalah 35 tahun. Tingkat pendidikan pengusaha didominasi oleh lulusan S1. Rerata pekerjaan terakhir pengusaha yang berhasil adalah karyawan swasta. Faktor pembeda nyata karakteristik pengusaha jajanan asing kaki lima yang berhasil adalah wanita, karena memiliki sikap kehati-hatian yang sangat tinggi, cenderung menghindari resiko dan lebih teliti dibandingkan pria. Sisi inilah yang membuat wanita tidak terburu-buru dalam mengambil keputusan.

Faktor penentu keberhasilan usaha jajanan asing kaki lima di Kota Serang adalah harga  $\leq$  Rp20,000, nama usaha dalam bahasa asing dan modal  $\leq$  Rp50,000,000, sedangkan varian produk, promosi, paket hemat, pelayanan pengiriman, lahan parkir, fasilitas tempat usaha, ciri khas tempat usaha, fisik usaha, lokasi, lama usaha, jenis usaha dan status kepemilikan tidak berpengaruh nyata terhadap keberhasilan usaha.

### DAFTAR PUSTAKA

- Asmie, P. 2008. Analisis faktor-faktor yang memengaruhi tingkat pendapatan pedagang pasar tradisional di Kota Yogyakarta [Tesis]. Yogyakarta (ID): Universitas Gadjah Mada.
- Febry, F. 2006. Penentuan kombinasi makanan jajanan tradisional harapan untuk memenuhi kecukupan energi dan protein anak sekolah dasar di Kota Palembang [Tesis]. [Internet]. [Diunduh pada tanggal 23 Desember 2016]. Tersedia pada: <https://core.ac.uk/download/files/379/11717067.pdf>.
- Handoko, T. Hani. 2004. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta (ID): BPFE Yogyakarta.
- Hosmer, D.W., S. Lemeshow. 2000. *Applied Logistic Regression*. Second Edition. New York (US): John Willey & Sons, Inc.
- Kristiningsih, Adrianto T. 2014. Analisis faktor-faktor yang memengaruhi perkembangan usaha kecil menengah (studi kasus pada UKM di wilayah Surabaya). *The 7th NCFB and a Doctoral Colloquium*, Surabaya. Fakultas Bisnis dan Pascasarjana UKWMS 141-154.
- Kusumastuti, S., S. Perdana, 2006. Pengaruh board diversity terhadap nilai perusahaan dalam perspektif corporate government. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. 9(2): 88-98.
- Machfoedz, M. 2005. *Kewirausahaan: Metode, Manajemen, dan Implementasi*. Yogyakarta (ID): BPFE.
- Mazzarol, T., T. Volery, N. Doss, V. Thein. 1999. Factors influencing small business start-ups. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*. 5(2): 48-63.
- Nainggolan, R. 2016. Gender, tingkat pendidikan dan lama usaha sebagai determinan penghasilan UMKM Kota Surabaya. *Jurnal Kinerja*. 20(1):1-12.
- Notoatmodjo, S. 2003. *Pendidikan dan perilaku Kesehatan*. Jakarta (ID): Rineka Cipta.
- Rahayu, M.S. 2014. Analisis faktor ekonomi, tingkat pendidikan dan kemampuan berwirausaha terhadap keberhasilan usaha bagi masyarakat di Desa Begal Kecamatan Kedunggalar Kabupaten Ngawi. *Jurnal Ilmiah STKIP PGRI Ngawi*. 3(1): 72-81.
- Rosyidi, D. 2006. Macam-macam makanan tradisional yang terbuat dari hasil ternak yang beredar di Kota Malang. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Hasil Ternak*. 1(1): 24-34.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung (ID): Alfabeta.