

**DAMPAK PENGETAHUAN BERWIRAUSAHA DAN KEUNGGULAN BERSAING
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA SALON DI DAERAH SETIABUDI, KOTA
MEDAN**

Say Gumira¹, Sri Rezeki²

^{1,2}FE Universitas Negeri Medan

¹sye.aransupsampantuwongsee@gmail.com, ²srirezekieko@unimed.ac.id

ABSTRACT

The rapid development of the beauty service industry has led to increased competition among salons, especially conventional salons. This situation requires business owners to have entrepreneurial knowledge and competitive advantages in order to achieve sustainable business success. This study aims to analyze the influence of entrepreneurial knowledge and competitive advantage on the success of conventional salons in the Setiabudi area, Medan City. The study uses a quantitative approach with a survey method. The study population consists of 33 owners of conventional class C and D salons, all of whom were sampled using a saturated sampling technique. Data collection was conducted using a questionnaire with a Likert scale, then analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS software. The results showed that entrepreneurial knowledge had a positive and significant effect on business success. Competitive advantage was also proven to have a positive and significant effect on business success. Simultaneously, entrepreneurial knowledge and competitive advantage significantly influence the success of conventional salons. These findings emphasize the importance of improving entrepreneurial competence and competitive advantage strategies as efforts to increase the success and sustainability of conventional salons.

Keywords: entrepreneurial knowledge, competitive advantage, business success, conventional salon.

ABSTRAK

Perkembangan industri jasa kecantikan yang semakin pesat mendorong meningkatnya persaingan usaha salon, khususnya salon konvensional. Kondisi tersebut menuntut pelaku usaha untuk memiliki pengetahuan berwirausaha dan keunggulan bersaing guna mencapai keberhasilan usaha yang berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan berwirausaha dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha salon konvensional di daerah Setiabudi, Kota Medan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian terdiri atas 33 pemilik usaha salon konvensional kelas C dan D, yang seluruhnya dijadikan sampel melalui teknik sampel jenuh. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala

Likert, kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda melalui bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Keunggulan bersaing juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Secara simultan, pengetahuan berwirausaha dan keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha salon konvensional. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan kompetensi kewirausahaan dan strategi keunggulan bersaing sebagai upaya meningkatkan keberhasilan dan keberlanjutan usaha salon konvensional.

Kata Kunci: pengetahuan berwirausaha, keunggulan bersaing, keberhasilan usaha, salon konvensional.

A. Pendahuluan

Era globalisasi mendorong terjadinya transformasi signifikan dalam perekonomian global, termasuk pada sektor industri jasa kecantikan. Salon kecantikan telah berkembang menjadi salah satu sektor jasa yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah melalui penciptaan lapangan kerja, kemampuan beradaptasi dengan perubahan permintaan konsumen, serta pembentukan tren gaya hidup modern. Keberlangsungan usaha di sektor ini sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola bisnis secara efektif dan responsif terhadap dinamika pasar. Keberhasilan usaha didefinisikan sebagai kondisi ketika usaha menunjukkan perkembangan yang lebih baik dibandingkan periode

sebelumnya dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Miftah & Pangiuk, 2020). Sejalan dengan itu, Hasmidyani et al. (2018) menyatakan bahwa tujuan utama perusahaan adalah mencapai kesuksesan bisnis, di mana setiap strategi dan tindakan perusahaan diarahkan untuk mencapai tujuan tersebut. Keberhasilan usaha tercermin dari peningkatan kinerja, baik dari sisi modal, pendapatan, maupun pengelolaan usaha. Mashuri et al. (2019) menambahkan bahwa suatu usaha dapat dikatakan berhasil apabila mengalami perkembangan dalam aspek modal, keuntungan, serta manajemen keuangan yang baik. Dengan demikian, keberhasilan usaha tidak hanya mencerminkan stabilitas finansial, tetapi juga

kemampuan adaptasi dan daya saing dalam menghadapi kompetitor.

Salah satu indikator penting keberhasilan usaha adalah profitabilitas, yaitu kemampuan wirausahawan dalam memaksimalkan laba melalui pemanfaatan peluang usaha secara optimal. Perusahaan dikatakan menguntungkan apabila mampu menghasilkan laba dari modal yang dimiliki. Sebaliknya, ketidakmampuan dalam menciptakan profitabilitas dapat menyebabkan penurunan kinerja usaha hingga berujung pada kebangkrutan. Dalam konteks jasa, keberhasilan usaha juga sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan. Maskur et al. (2016) menemukan bahwa kualitas pelayanan, harga yang terjangkau, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan usaha.

Persaingan merupakan kondisi yang tidak terpisahkan dari lingkungan kewirausahaan. Persaingan yang semakin dinamis menuntut wirausahawan untuk mampu memahami tren pasar, preferensi konsumen, serta perubahan

lingkungan bisnis, sekaligus meminimalkan kelemahan dan memaksimalkan kekuatan usaha (Muslikah et al., 2018). Dalam era digital, persaingan semakin diperkuat oleh pentingnya citra merek (*brand image*) sebagai faktor yang memengaruhi keputusan konsumen. Generasi saat ini cenderung mudah dipengaruhi oleh citra merek dalam membentuk kepercayaan dan standar sosial. Oleh karena itu, pembangunan citra merek yang berfokus pada kebutuhan pelanggan menjadi bagian penting dalam meningkatkan profitabilitas dan keberhasilan usaha secara berkelanjutan (Espíndola, 2020).

Selain citra merek, pengetahuan berwirausaha merupakan faktor krusial dalam mencapai keberhasilan usaha. Hisrich et al. (2017) menjelaskan bahwa pengetahuan berwirausaha mencakup kemampuan merencanakan, mengorganisasi, memimpin, dan mengendalikan kegiatan usaha. Ferreira et al. (2017) menekankan bahwa kewirausahaan sangat erat kaitannya dengan inovasi dan pemahaman pasar, sehingga pengetahuan berwirausaha menjadi fondasi penting dalam menciptakan

nilai dan keberlanjutan bisnis. Pengetahuan ini juga berperan dalam membangun keunggulan bersaing, yaitu kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai yang lebih tinggi dibandingkan pesaing. Porter & Dike (2023) menyatakan bahwa keunggulan bersaing dapat dicapai melalui efisiensi biaya maupun diferensiasi produk atau jasa yang relevan dengan kebutuhan pelanggan. Hal ini diperkuat oleh temuan Dharma et al. (2022) yang menyebutkan bahwa keberhasilan usaha kecil dipengaruhi oleh kreativitas, inovasi, dan kemampuan pemilik usaha dalam memanfaatkan teknologi.

Salon kecantikan merupakan usaha jasa yang menyediakan berbagai layanan perawatan wajah, rambut, dan tubuh, baik bagi laki-laki maupun perempuan. Salon diklasifikasikan menjadi salon konvensional dan salon modern, serta dikelompokkan ke dalam beberapa kelas usaha, mulai dari kelas premium hingga salon rumahan. Di Indonesia, industri salon kecantikan memiliki potensi ekonomi yang besar. Laporan KLINE (2017) menyebutkan bahwa nilai industri salon kecantikan di Indonesia mencapai sekitar Rp13

triliun dengan lebih dari 100 ribu salon dan ratusan ribu tenaga kerja. Di Kota Medan, jumlah salon menunjukkan peningkatan sebesar 25% pada periode 2019–2023 (Dinas Perdagangan Kota Medan, 2023). Namun, peningkatan jumlah usaha ini juga diiringi dengan persaingan yang semakin ketat.

Di kawasan Jalan Setiabudi, Kota Medan, salon kecantikan berkembang cukup pesat, tetapi tidak seluruhnya mampu mempertahankan keberlangsungan usaha. Beberapa salon konvensional mengalami penurunan jumlah pelanggan dan laba usaha, bahkan sebagian harus menutup usaha. Data Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan (2021) menunjukkan bahwa sejumlah salon di Kecamatan Medan Selayang berhenti beroperasi akibat ketidakmampuan bersaing. Faktor-faktor yang memengaruhi kondisi tersebut antara lain penurunan laba usaha, berkurangnya jumlah pelanggan, rendahnya kompetensi kewirausahaan, serta kegagalan dalam membangun citra merek yang efektif. Meskipun sebagian pelaku usaha telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, strategi tersebut belum sepenuhnya

berdampak pada peningkatan kinerja usaha.

Hingga saat ini, usaha salon konvensional di kawasan Setiabudi, Kota Medan belum banyak melakukan pemetaan faktor keunggulan bersaing secara sistematis untuk menemukan inovasi dan strategi yang tepat. Kurangnya pengetahuan berwirausaha dalam mengimplementasikan tren terkini serta pengelolaan sumber daya menjadi salah satu kendala utama dalam menciptakan keunggulan bersaing dan keberhasilan usaha. Padahal, penelitian Goahae (2021) menunjukkan bahwa inovasi usaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh pengetahuan berwirausaha dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha salon konvensional di daerah Setiabudi, Kota Medan. Penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi faktor-faktor keunggulan bersaing yang relevan serta memberikan kontribusi empiris dalam pengembangan strategi usaha salon guna mencapai keberhasilan dan keberlanjutan bisnis.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menguji pengaruh pengetahuan berwirausaha dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha salon konvensional. Pendekatan kuantitatif menekankan pada pengumpulan dan analisis data numerik untuk menguji hipotesis serta menjelaskan hubungan antarvariabel secara objektif dan empiris (Sinulingga, 2011).

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada usaha salon konvensional kelas C dan D yang berlokasi di daerah Setiabudi, Kota Medan, Sumatera Utara. Pengumpulan data dilakukan selama kurang lebih tiga bulan, yaitu pada periode Mei hingga Juli 2025.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik usaha salon konvensional (kelas C dan D) yang beroperasi di daerah Setiabudi, Kota Medan, dengan jumlah 33 unit usaha. Populasi didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek dengan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode sampel jenuh (*total sampling*), yaitu seluruh anggota populasi dijadikan sebagai sampel penelitian. Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 33 pemilik usaha salon konvensional.

Variabel dan Definisi Operasional

Variabel dalam penelitian ini terdiri atas variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen meliputi pengetahuan berwirausaha (X1) dan keunggulan bersaing (X2), sedangkan variabel dependen adalah keberhasilan usaha (Y).

Pengetahuan berwirausaha (X1) didefinisikan sebagai kemampuan individu dalam memiliki, mengelola, dan mengembangkan usaha secara kreatif dan inovatif, termasuk dalam mengelola sumber daya dan memanfaatkan peluang usaha. Indikator yang digunakan meliputi pengetahuan kewirausahaan, pengetahuan tentang usaha yang dijalankan, dan pengetahuan manajemen (Rachmawati & Subroto, 2022).

Keunggulan bersaing (X2) merupakan kemampuan usaha dalam

menunjukkan kinerja yang lebih baik dibandingkan pesaing dalam industri yang sama. Indikator keunggulan bersaing meliputi waktu, kualitas, biaya, fleksibilitas, dan diferensiasi (Oktaviani et al., 2021).

Keberhasilan usaha (Y) didefinisikan sebagai kemampuan wirausahawan dalam mencapai tujuan usaha melalui pengelolaan sumber daya yang efisien, kejelasan visi dan misi, serta peningkatan pendapatan dan produktivitas. Indikator keberhasilan usaha meliputi peningkatan laba usaha, peningkatan jumlah pelanggan, kompetensi kewirausahaan, dan kemampuan menciptakan citra merek (Simanjuntak, 2022). Seluruh variabel diukur menggunakan skala Likert.

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain *one-shot case study*, yaitu suatu desain penelitian yang memberikan perlakuan terhadap objek penelitian kemudian dilakukan pengamatan terhadap hasilnya (Soesana et al., 2023). Perlakuan dalam penelitian ini berupa pengetahuan berwirausaha dan keunggulan bersaing, sedangkan pengamatan difokuskan pada

keberhasilan usaha salon konvensional.

Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, wawancara, dan observasi langsung. Kuesioner digunakan sebagai instrumen utama untuk memperoleh data kuantitatif dari responden, dengan bentuk kuesioner tertutup sehingga responden memilih jawaban yang telah disediakan. Observasi langsung dilakukan dengan mengamati kondisi aktual operasional usaha salon, sedangkan wawancara digunakan untuk memperoleh informasi pendukung terkait persepsi pemilik usaha terhadap pengetahuan berwirausaha dan keunggulan bersaing. Instrumen penelitian merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian dan harus memiliki validitas serta reliabilitas yang memadai (Sugiyono, 2017).

Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan metode statistik dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Tahapan analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, serta uji asumsi klasik yang terdiri dari

uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana item pertanyaan mampu mengukur variabel yang diteliti. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel pada taraf signifikansi 0,05 (Soesana et al., 2023). Uji reliabilitas bertujuan untuk menguji konsistensi jawaban responden dengan menggunakan koefisien Cronbach Alpha, di mana nilai $\text{Alpha} > 0,6$ menunjukkan instrumen reliabel (Soesana et al., 2023).

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal, dengan kriteria pengujian L_{hitung} dan L_{tabel} (Nuryadi et al., 2017). Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui adanya korelasi antarvariabel independen dengan melihat nilai toleransi dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai toleransi $> 0,10$ atau nilai $\text{VIF} < 10$ (Ghozali, 2016). Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan korelasi Spearman untuk melihat kesamaan varians residual, dengan ketentuan nilai signifikansi $> 0,05$ menunjukkan

tidak terjadi heteroskedastisitas (Sugiyono, 2010).

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh pengetahuan berwirausaha dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha. Model regresi yang digunakan adalah:

$$Y=a+b_1X_1+b_2X_2+e$$

Selanjutnya, uji parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan uji simultan (uji F) digunakan untuk menguji pengaruh kedua variabel independen secara bersama-sama. Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 33 pemilik usaha salon konvensional kelas C dan D yang berlokasi di Kecamatan Setiabudi, Kota Medan. Berdasarkan karakteristik jenis kelamin, mayoritas responden adalah

perempuan sebanyak 21 orang (63,64%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 12 orang (36,36%).

Berdasarkan lama usaha, sebagian besar responden telah menjalankan usaha salon selama 10–20 tahun, yaitu sebanyak 18 orang (54,55%), diikuti oleh responden dengan lama usaha kurang dari 10 tahun sebanyak 9 orang (27,27%), dan lebih dari 20 tahun sebanyak 6 orang (18,18%).

Ditinjau dari pendapatan bulanan, mayoritas responden memiliki pendapatan kurang dari Rp5.000.000 per bulan, yaitu sebanyak 19 orang (57,58%). Responden dengan pendapatan Rp5.000.000–Rp10.000.000 berjumlah 10 orang (30,30%), sedangkan responden dengan pendapatan di atas Rp10.000.000 berjumlah 4 orang (12,12%). Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar usaha salon konvensional kelas C dan D masih berada pada kategori pendapatan menengah ke bawah.

Uji Kualitas Instrumen

Uji validitas dilakukan untuk memastikan setiap butir pernyataan mampu mengukur konstruk yang diteliti. Kriteria yang digunakan adalah nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,344) pada

tingkat signifikansi 5% (Soesana et al., 2023). Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Pengetahuan Berwirausaha (X1), Keunggulan Bersaing (X2), dan Keberhasilan Usaha (Y) memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Dengan demikian, seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan dalam analisis lanjutan.

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha dengan kriteria nilai $\alpha > 0,6$ (Soesana et al., 2023). Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1 Hasil Uji Reabilitas Untuk Variabel Pengetahuan Berwirausaha (X1)

N o	Variabel	Hasil Cronbach 's Alpha	Keterangan
1	Pengetahuan Berwirausaha (X1)	0,695	Valid
2	Keunggulan Bersaing (X2)	0,627	Valid
3	Keberhasilan Usaha (Y)	0,734	Valid

Sumber: Olahan Data SPSS 26. 2025
 Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan Berwirausaha memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,695, Keunggulan Bersaing sebesar 0,627, dan Keberhasilan Usaha sebesar 0,734. Seluruh variabel dinyatakan reliabel, yang berarti instrumen

penelitian konsisten dalam mengukur konstruk yang diteliti.

Uji Asumsi Klasik

Hasil pengujian statistik normalitas Saphiro Wilk dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas Shapiro Wilk Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Significance	Statistic	df	Significance
Pengetahuan Berwirausaha	.159	33	.033	.933	33	.006
Keunggulan bersaing	.084	33	.200*	.975	33	.006
Keberhasilan Usaha	.189	33	.004	.944	33	.008

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Olahan Data SPSS 26. 2025

Uji normalitas dilakukan menggunakan uji Shapiro-Wilk. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada variabel Pengetahuan Berwirausaha (0,063), Keunggulan Bersaing (0,639), dan Keberhasilan Usaha (0,089) lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal (Nuryadi et al., 2017).

Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF).

Hasil pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pengetahuan Berwirausaha	.905	1.105
	Keunggulan bersaing	.905	1.105

a. Dependent Variable: P3

Sumber: Olahan Data SPSS 26. 2025

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai tolerance untuk kedua variabel independen sebesar 0,905 (>0,10) dan nilai VIF sebesar 1,105 (<10). Hal ini menunjukkan tidak terdapat multikolinearitas antarvariabel independen (Ghozali, 2016).

Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan korelasi Spearman.

Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Significance

	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.821	4.300		1.543	.134
Pengertian Berwirausaha	.033	.128	.049	.207	.841
Keunggulan bersaing	-.242	.044	-.242	-1.200	.239

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Olahan Data SPSS 26. 2025

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Pengetahuan Berwirausaha sebesar 0,797 dan Keunggulan Bersaing sebesar 0,204, yang keduanya lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas (Sugiyono, 2010).

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan persamaan sebagai berikut:

$$\text{Keberhasilan Usaha} = 11.523 + 0,529 \text{ Pengetahuan Berwirausaha} + 0,183 \text{ Keunggulan Bersaing} + e$$

Koefisien regresi menunjukkan bahwa Pengetahuan Berwirausaha dan Keunggulan Bersaing berpengaruh positif terhadap

Keberhasilan Usaha. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R^2) sebesar 0,437 menunjukkan bahwa 43,7% variasi Keberhasilan Usaha dapat dijelaskan oleh Pengetahuan Berwirausaha dan Keunggulan Bersaing, sedangkan 56,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

Uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa Pengetahuan Berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha dengan nilai thitung 2,142 dan signifikansi 0,040 ($<0,05$). Keunggulan Bersaing juga berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha dengan nilai thitung 1,928 dan signifikansi 0,036 ($<0,05$).

Uji simultan (uji F) menunjukkan nilai Fhitung sebesar 3,691 dengan signifikansi 0,037 ($<0,05$), yang berarti Pengetahuan Berwirausaha dan Keunggulan Bersaing secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan Berwirausaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

Keberhasilan Usaha salon konvensional di Kecamatan Setiabudi, Kota Medan. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik pengetahuan berwirausaha yang dimiliki pemilik usaha salon, semakin tinggi tingkat keberhasilan usaha yang dicapai. Hasil ini sejalan dengan penelitian Yusuf et al. (2024) yang menyatakan bahwa pengetahuan berwirausaha memungkinkan pelaku usaha untuk beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis dan menghadapi tantangan secara lebih efektif. Selain itu, temuan ini juga mendukung hasil kajian Biniam dan Chalchissa (2024) yang menyimpulkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berperan penting dalam meningkatkan keberhasilan dan daya saing usaha.

Selain itu, Keunggulan Bersaing terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha salon. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan pemilik usaha dalam menciptakan keunikan, diferensiasi layanan, dan strategi bersaing yang tepat berkontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha. Temuan ini sejalan dengan Yuliana et al. (2022) yang menyatakan bahwa keunggulan bersaing merupakan

kunci dalam mencapai keberhasilan berwirausaha. Hasil penelitian ini juga mendukung temuan Amelia et al. (2023) yang membuktikan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa Pengetahuan Berwirausaha dan Keunggulan Bersaing merupakan faktor penting yang secara parsial maupun simultan memengaruhi Keberhasilan Usaha salon konvensional di Kota Medan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji t, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan berwirausaha secara parsial terbukti berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha salon di Jalan Setiabudi, Kota Medan. Selain itu, keunggulan bersaing juga secara parsial terbukti berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha salon di Jalan Setiabudi, Kota Medan. Secara simultan, pengetahuan berwirausaha dan keunggulan bersaing bersama-sama terbukti berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha salon di Jalan Setiabudi, Kota Medan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Espíndola, J. I. (2020). *Country Image and Brand Image: The effects "Country image" and "Brand image" on luxury products*. Singapore: Sciencia Scripts.
- Ghozali, I. (2016). *Desain penelitian kuantitatif dan kualitatif: untuk akuntansi, bisnis, dan ilmu sosial lainnya*.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship*. McGraw-Hill Education.
- Manuella Anwar, R., CS Magdalena, F., Widjaja, D., Frederica, D., Colline, F., Siswanto, B., Wahyoedi, S., Desy Purnama, E., Tecoalu, M., & Saporso, S. (2017). *Spirit of Entrepreneurship: Sikap Mental*.
- Miftah, A. A., & Pangiuk, A. (2020). *Budaya Bisnis Muslim Jambi dalam Perspektif Kearifan Lokal*. Ahlimedia Book.
- Nuryadi, N., Astuti, D., Utami, S., & Budiantara, M. B. (2017). *Dasar-dasar statistik penelitian*. Gramasurya.
- Sinulingga, S. (2011). *Metode Penelitian* (Edisi 3). Medan: USU Press.
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, K., Fitri, A., Kuswandi, S., Sastri, L., Falani, I., Aswan, N., Hasibuan, F. A., & Lestari, H. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Spinelli, S. (2011). *Business Plans that Work: A Guide for Small Business*. McGraw-Hill.
- Sugiyono, P. D. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Jurnal :

- Adiputra, I. P. P., & Mandala, K. (2017). Pengaruh kompetensi dan kapabilitas terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(11), 6090–6119.
- Ariani, D. W., Susilo, Y. S., & Herawan, J. E. (2023). Variabel yang memengaruhi keberhasilan wirausaha pemula di DIY. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 13(1), 280–297.
- Chen, P., Powers, J. T., Katragadda, K. R., Cohen, G. L., & Dweck, C. S. (2020). A strategic mindset: An orientation toward strategic behavior during goal pursuit. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 117(25), 14066–14072.
- Dalimunthe, M. B. (2017). Keunggulan bersaing melalui orientasi pasar dan inovasi produk. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen)*, 3(2), 140–153.
- Darmayanti, S., Putri, N. R., Febriyanti, F. R., Listiawan, E., Chandra, V. A., & Putra, R. B. (2022). Penerapan sistem pemasaran media sosial dan kreativitas terhadap keunggulan bersaing pada UMKM. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 2(1), 291–300.
- Dharma, B., Sari, L. P., & Pulungan, Z. G. (2022). Pengaruh media sosial terhadap keberhasilan usaha. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1(4), 216–225.
- Dwisakti, V., Santoso, A., & Hartono, S. (2023). Analisis strategi harga dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 2552–2560.
- Ferreira, M. P., Reis, N. R., & Pinto, C. S. F. (2017). Schumpeter's (1934) influence on entrepreneurship research. *REGEPE – Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 6(1), 4–39.
- Firdarini, K. C. (2019). Pengaruh pengalaman usaha dan penggunaan informasi akuntansi terhadap keberhasilan usaha. *Jurnal Riset Manajemen STIE Widya Wiwaha*, 6(1), 25–37.
- Goahae, A. S. (2021). Pengaruh pengetahuan berwirausaha dan inovasi terhadap keberhasilan usaha. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Nias Selatan*, 5(1), 51–57.
- Hasmidyani, D., Fatimah, S., & Firmansyah, F. (2018). Mengembangkan jiwa kewirausahaan generasi muda. *MITRA: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 32–47.
- Irawan, A., & Mulyadi, H. (2016). Pengaruh keterampilan wirausaha terhadap keberhasilan. *Journal of Business Management Education*, 1(1), 216–226.
- Limbong, J. D. N., & Putra, I. (2024). Pengaruh pengetahuan dan keterampilan berwirausaha terhadap keberhasilan usaha. *Jurnal Dunia Pendidikan*, 5(2), 502–515.
- Mashuri, M., Eryana, E., & Ezril, E. (2019). Faktor-faktor yang

- mempengaruhi keberhasilan usaha pedagang pasar. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(1), 138–154.
- Maskur, M., Qomariah, N., & Nursaidah, N. (2016). Analisis kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 6(2).
- Muslikah, N. A., Haryono, A. T., & Harini, C. (2018). Kompetensi entrepreneurial dan keunggulan kompetitif berkelanjutan. *Journal of Management*, 4(4), 1–20.
- Oktaviani, Y. I., Sihite, M., & Derriawan, D. (2021). Strategi kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing. *Jurnal Sosial Teknologi*, 1(10), 1–287.
- Porter, M., & Dike, A. (2023). Assessing disruptive innovation research. *Business Education Innovation Journal*, 15(1).
- Rachmawati, H., & Subroto, W. T. (2022). Lingkungan keluarga dan minat berwirausaha mahasiswa. *Edunomic: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 10(1), 56–67.
- Rahadhini, M. D., & Lamidi, L. (2020). Orientasi pasar dan keunggulan bersaing UMKM. *J-MKLI*, 4(2), 81–91.
- Rizky, F. A., Sentosa, E., & Nursina, N. (2023). Pengetahuan kewirausahaan dan keberhasilan pedagang. *Ikraith-Ekonomika*, 6(2), 182–190.
- Siregar, H., Setiawan, W., & Dirgantari, P. D. (2020). Artificial intelligence dan proses bisnis. *Jurnal Bisnis Strategi*, 29(2), 89–100.
- Suganda, R., Rafli, M., Yuna, R., Nduru, U., & Nofirda, F. A. (2024). Pemanfaatan marketplace pada UMKM. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 3329–3335.
- Susanto, H. (2019). Pengetahuan kewirausahaan dan keberhasilan UKM. *Profit: Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(2), 200–214.
- Veron, V., & Victor, V. (2022). Pengetahuan kewirausahaan dan kemandirian pribadi. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 12(1), 49–57.
- Wijaya, A., & Nuringsih, K. (2024). Pengetahuan kewirausahaan dan minat berwirausaha. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 6(2), 284–291.