

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator ekonomi yang menjadi perhatian penting bagi suatu Negara. Perekonomian di Indonesia saat ini terus semakin berkembang dan menunjukkan angka perbaikan dalam meningkatkan pendapatan atau devisa Negara. Salah satu yang sekarang ini sedang berkembang pesat adalah usaha wisata kuliner, yang menjadi salah satu usaha dengan modal yang dapat dijangkau. Dengan kehadiran tempat wisata yang ada di Kecamatan Medan Labuhan tersebut dapat memberikan keuntungan bagi masyarakat untuk dapat meningkatkan sebuah usaha pada tempat tersebut. Trend wisata kuliner yang sekarang ini adanya sejumlah wisatawan datang untuk mencari atau berburu makanan khas daerah dan harga yang terjangkau dengan beragam jenis makanan dan minuman. Perubahan gaya hidup masyarakat juga telah terjadi, mereka makan tidak hanya untuk mengenyangkan perut saja tetapi juga mencari suasana dan pelayanan sebagai bagian dari sajian yang di pesan.

Kewirausahaan masyarakat pada Kecamatan Medan Labuhan dapat kita lihat dari pengembangan wisata kuliner dimana hal ini dapat menunjang kegiatan ekonomi kreatif pada suatu usaha tersebut. Salah satu hal yang dikembangkan dari tempat tersebut bukan hanya yang berfokus pada menu makanan baru yang dapat mengundang para pengunjung untuk datang dan juga menikmati dari kegiatan usaha kuliner tetapi kegiatan yang lain seperti yaitu: permainan anak-

anak, penjualan barang-barang aksesoris, serta juga tempat hiburan yang sedang di jalankan pada saat ini, sehingga hal ini dapat kita lihat bagaimana usaha yang dilakukan oleh para usahawan agar tempat mereka selalu dikunjungi.

Menurut Fadiati dalam Syahrul (2019:37) wisata kuliner adalah suatu aktivitas wisatawan untuk mencari makanan dan minuman yang unik dan mengesankan. Dengan kata lain bahwa wisata kuliner bukan semata-mata keinginan untuk mencicipi nikmatnya makanan, tetapi yang lebih penting adalah keunikan dan kenangan yang ditimbulkan setelah menikmati makanan tersebut.

Wisata kuliner pada Kecamatan Medan Labuhan menjadi salah satu daya tarik para pengunjung wisata yang mampu mendatangkan manfaat yang besar terhadap perekonomian masyarakat tersebut.

Ekonomi kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia dimana membuat suatu usaha berpikir sesuatu yang baru serta berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan teknologi. Oleh sebab itu kekayaan warisan budaya Indonesia bisa di jadikan sebagai ekonomi kreatif yang bisa membuat kebudayaan Indonesia dikenal oleh luar negeri sekaligus memajukan perekonomian. Ekonomi kreatif tercantum di dalam undang-undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang ekonomi kreatif. Dengan kehadiran ekonomi kreatif akan memberikan peluang kerja bagi masyarakat setempat untuk melakukan usaha sendiri, dengan begitu masyarakat akan mendapat penghasilan untuk memenuhi ekonomi mereka. Oleh karena itu, ekonomi kreatif sangat berperan penting dalam memberikan peningkatan kewirausahaan dimana dampak dari adanya pengembangan wisata adalah meningkatnya para wirausaha, perekonomian masyarakat ataupun sosial masyarakat seperti berubahnya perilaku masyarakat. Negara Indonesia yang kaya

akan budaya dan penduduk yang sangat banyak memiliki potensi di dalam meningkatkan dan mengembangkan ekonomi kreatif. Bentuk ekonomi kreatif yang dikembangkan warga di Kecamatan Medan Labuhan tidak hanya sekedar wisata kuliner pada umumnya, namun memiliki beberapa keaneka-ragaman yang unik untuk membuat para wisata datang dan berkunjung dan bertransaksi di sana, di antaranya terdapat kuliner tradisional baik dalam bentuk makanan maupun minuman, pertunjukan, kesenian, permainan anak-anak, serta wahana permainan dewasa yang menguji nyali dan lain sebagainya. Dengan begitu dapat menarik perhatian para masyarakat agar datang berkunjung, sehingga dengan begitu para usahawan sangat senang karena mereka membeli produk-produk yang ditawarkan. Dari hal tersebut dapat kita lihat tanpa mereka menyewa tempat yang mahal, hanya bermodolkan gerobak atau berjualan di kendaraan saja itu sudah bisa berpengaruh dalam mengembangkan ekonomi kreatif terhadap peningkatan kewirausahaan masyarakat di Kecamatan Medan Labuhan.

Tabel 1.1
Jumlah data para pedagang di Taman warna-warna pada Kecamatan
Medan Labuhan

Tahun	Jumlah para pedagang
2019	100
2020	140
2021	130

Sumber : Kantor pemasaran taman warna-warna

Dari tabel 1.1 diatas terlihat bahwa jumlah para pedagang pada Taman warna-warna di Kecamatan Medan Labuhan dari tahun 2019- 2022 mengalami Fluktuasi.

Dimana pada tahun 2019 jumlah para pedagang mencapai 100 lalu meningkat pada tahun 2020 yaitu sebanyak 140 para pedagang dan pada akhirnya menurun pada tahun 2021 menjadi 130 para pedagang. Dimana pengembangan tempat wisata pada Taman warna-warna alun-alun martubung ini dilakukan oleh pemerintah medan pada tahun 2019-2021, dan tempat tersebut telah selesai dibangun sehingga tempat tersebut menjadi seperti pasar malam yang banyak dikunjungi oleh masyarakat.

Pada daerah tersebut memiliki tempat wisata yaitu: Danau martubung, Taman bundaran griya, dan Taman warna-warna . Danau martubung yang disediakan oleh pemerintah digunakan oleh masyarakat untuk pemancingan dan juga sebagai tempat untuk bersantai. Taman bundaran griya banyak di pergunakan oleh masyarakat untuk melakukan olahraga dan kadang juga dipakai untuk sebuah acara .Taman warna-warna merupakan kawasan yang ada di luar ruangan yang di peruntukkan bagi para pebisnis yang ingin mengembangkan dan memulai usaha, memiliki jumlah tapak 140 yang di sediakan oleh pemerintah setempat, serta para pelaku pebisnis yang ada sekitar tidak dapat terhitung jumlahnya dikarenakan selalu bergantian untuk berjualan sehingga sulit untuk dihitung. Kegiatan yang ada pada tempat tersebut ialah berbelanja, hiburan, kuliner, sosialisasi antar komunitas, keluarga, dan teman. Disini kita bisa lihat dampak positif yang diberikan warna-warna kepada masyarakat ialah tersedianya yang namanya Outdoor Shopping (belanja diluar ruangan) yaitu kawasan yang mengusung konsep Outdoor Shopping atau open Mall pedestrian, Culinary spot (tempat kulinet) yaitu pusat jajanan pasar atau kuliner nusantara yang cukup terjangkau

dari segi harga, pusat pertemuan muda-mudi menjalin kedekatan, wisata luar ruang sekaligus tempat aneka kreativitas, melepas penat dengan bernyanyi dan bermaina musik, tempat melakukan olahraga ringan, misal: morning jogging. Pembuatan pada tempat tersebut yang dilakukan oleh pemerintah medan untuk membantu para masyarakat agar mereka dapat menikmati tempat tersebut dan dapat juga membuka usaha yang diminatinya. Pengembangan destinasi wisata adalah proses melakukan kegiatan pembangunan, pemeliharaan, dan pelestarian pertanaman, sarana dan prasarana maupun fasilitas lainnya.

Ekonomi kreatif memiliki peran penting sebagai jalan pengembangan wisata kuliner terhadap peningkatan kewirausahaan masyarakat pada Kecamatan Medan Labuhan menjadi suatu usaha yang baru untuk memacu daya saing daerah yang berujung pada perekonomian masyarakat Indonesia yang lebih baik. Ekonomi kreatif dengan pengembangan masyarakat ialah sebuah upaya dalam membangun masyarakat yang sejahtera dan mandiri. Dimana dalam hal ini sejalan dengan adanya kebijakan pemerintah dan upaya nyata tentang membangun suatu usaha yang mengarah pada wisata kuliner dan ekonomi kreatif terhadap peningkatan kewirausahaan masyarakat.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik melakukan penelitian di Kecamatan Medan Labuhan dengan judul yaitu: **Pengaruh Pengembangan Wisata Kuliner Dan Ekonomi Kreatif Terhadap Peningkatan Kewirausahaan Masyarakat Di Kecamatan Medan Labuhan.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis melakukan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah ada Pengaruh Pengembangan Wisata Kuliner Terhadap Peningkatan Kewirausahaan Masyarakat Di Kecamatan Medan Labuhan?
2. Apakah ada Pengaruh Ekonomi Kreatif Terhadap Peningkatan Kewirausahaan Masyarakat di Kecamatan Medan Labuhan?
3. Apakah ada Pengaruh Pengembangan Wisata Kuliner dan Ekonomi Kreatif secara simultan Terhadap Peningkatan Kewirausahaan Masyarakat Di Kecamatan Medan Labuhan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka diketahui tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui Apakah ada Pengaruh Pengembangan Wisata Kuliner Terhadap Peningkatan Kewirausahaan Masyarakat Di Kecamatan Medan Labuhan.
- b. Untuk mengetahui Apakah ada Pengaruh Ekonomi Kreatif Terhadap Peningkatan Kewirausahaan Masyarakat Di Kecamatan Medan Labuhan.

- c. Untuk mengetahui Apakah ada Pengaruh Pengembangan Wisata Kuliner dan Ekonmi Kreatif Terhadap Peningkatan Kewirausahaan Masyarakat Di Kecamatan Medan Labuhan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak, terutama:

1. Peneliti

Sebagai wahana dalam menambah dan mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya di dalam menyikapi tentang mengenai hal-hal yang berhubungan dengan teori pengembangan wisata kuliner dan ekonomi kreatif terhadap peningkatan kewirausahaan masyarakat di kecamatan medan labuhan, serta faktor-faktor yang mempengaruhinya.

2. Pemerintah

Sebagai pemikiran dan masukan di dalam menyikapi fenomena yang berkembang sehubungan dengan masih rendahnya pengembangan wisata kuliner dan ekonomi kreatif masyarakat di kecamatan medan labuhan.

3. Peneliti Selanjutnya

Sebagai referensi yang dapat dijadikan bahan perbandingan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian berkaitan dengan pengembangan wisata kuliner dan ekonomi kreatif terhadap peningkatan kewirausahaan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teoritis

2.1.1 Pengertian Pengembangan

Menurut Sujadi dalam Jufri (2018:621) “Pengembangan juga diartikan sebagai suatu proses atau langkah-langkah untuk mengembangkan suatu produk baru, atau menyempurnakan produk yang telah ada yang dapat dipertanggungjawabkan”.

Menurut Sugiyono dalam Jufri (2018:621) “Pengembangan didefinisikan sebagai cara ilmiah untuk meneliti, merancang, memproduksi, dan menguji validitas produk yang telah dihasilkan tersebut”.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan adalah suatu langkah untuk mengembangkan suatu produk baru atau menyempurnakan produk yang sudah ada dan menguji keefektifannya, serta bersifat membujur atau bertahap sehingga dapat lebih banyak memproduksi barang dan jasa.

2.1.1.2 Pengertian Wisata Kuliner

Menurut Asosiasi Pariwisata Kuliner Internasional (International Culinary Tourism Association/ICTA) dalam Besra (2012:82) menyatakan bahwa “Wisata kuliner adalah suatu kegiatan yang berkaitan dengan makan dan minum yang dilakukan wisatawan ketika melakukan wisata”.

Menurut Bondan Winarno dalam Besra (2012:83). “Industri kuliner di Indonesia memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata bagi para wisatawan mancanegara maupun lokal karena keragaman makanan dan minuman khas yang ada di setiap daerah”.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa wisata kuliner adalah suatu jenis wisata yang dipengaruhi oleh keinginan wisatawan yang melakukan wisata pada suatu tempat pembuatan makanan, festival makanan, restoran dan lokasi yang menyediakan beraneka-ragam makanan dengan tujuan untuk mencoba makanan tersebut.

2.1.1.3 Konsep Wisata Kuliner

Menurut Surdayana dalam Rismiyanto dan Danangdjojo (2015:50) wisata kuliner dapat didefinisikan sebagai wisata yang menyediakan berbagai fasilitas pelayanan dan aktivitas kuliner yang terpadu untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang dibangun untuk rekreasi, relaksasi, pendidikan dan kesehatan.

Daya tarik wisata kuliner meliputi:

- a. Keragaman aktivitas kuliner.
- b. Makanan khas.
- c. Lokasi yang nyaman dan bersih.
- d. Desain ruangan (*venue*) yang unik dan menarik.
- e. Pelayanan yang baik.
- f. Harga dan promosi nilai.
- g. Peluang bersosialisasi.
- h. Interaksi budaya dengan kuliner.
- i. Suasana kekeluargaan.
- j. Lingkungan yang menarik.
- k. Produk tradisional, nasional, & Internasional.

2.1.1.4 Pengertian Pariwisata

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 dalam Zaenuri (2012:5) tentang Kepariwisataan, kepariwisataan diselenggarakan berdasarkan azas manfaat, kekeluargaan, adil, dan merata, keseimbangan, kemandirian, kelestarian, partisipatif, berkelanjutan, demokratis, kesetaraan dan kesatuan. Kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan Negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Tujuan kepariwisataan adalah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya, memajukan kebudayaan, mengangkat jati diri dan kesatuan bangsa, dan mempererat persahabatan antar bangsa.

2.1.1.5 Metode Pengelolaan Pariwisata

Menurut dalam Richardson & Fluker dalam Pitana (2020:88) metode pengelolaan pariwisata yaitu:

1. Pengonsultasian dengan semua pemangku kepentingan
Hal ini dapat dilakukan dengan beragam cara, seperti melalui pertemuan formal dan terstruktur dengan pelaku industri pariwisata, dengan pariwisata, konsultasi publik dalam subjek tertentu, peninjauan dan survai, konsultasi kebijakan dengan beragam kelompok kepentingan, dan melalui interaksi antara departemen pemerintah terkait dengan berbagai pihak sesuai subjek yang ditentukan.
2. Pengidentifikasi isu
Isu pariwisata akan semakin beragam seiring dengan meningkatnya skala kegiatan yang dilakukan. Isu-isu yang mungkin muncul dalam kegiatan pariwisata misalnya penyebaran dan ketimpangan pendapatan antar wilayah: pembangunan infrastruktur termasuk transportasi, akomodasi, dan atraksi.

3. Penyusunan kebijakan tidak langsung dengan pariwisata. Kebijakan ini akan menjadi tuntunan bagi pelaku pariwisata dalam mewujudkan visi dan misi pembangunan pariwisata.
4. Pembentukan dan pendanaan agen dengan tugas khusus
Agen ini bertujuan menghasilkan rencana strategis sebagai panduan dalam pemasaran dan pengembangan fisik di daerah tujuan wisata. Agen ini juga bertugas melakukan riset pasar, pemasaran daerah, tujuan wisata, dan mendorong pembangunan fasilitas dan perusahaan pariwisata.
5. Penyediaan fasilitas dan operasi
Hal ini terutama berkaitan dengan situasi di mana pelaku usaha tidak mampu menyediakan fasilitas secara mandiri. Pemerintah berperan dalam memberi modal usaha, pemberian subsidi kepada fasilitas dan pelayanan yang vital tetapi tidak mampu membiayai dirinya sendiri tetapi dalam jangka panjang menjadi penentu keberhasilan pembangunan pariwisata.
6. Penyediaan kebijakan fiskal, regulasi, dan lingkungan sosial yang kondusif
Hal ini terutama diperlukan sebagai persyaratan bagi organisasi/perusahaan untuk mencari keuntungan atau target perusahaan yang telah ditetapkan.
7. Penyelesaian konflik kepentingan dalam masyarakat
Hal ini merupakan peran yang sulit tetapi akan menjadi salah satu peran yang sangat penting dalam era dimana isu lingkungan dan konservasi sumber daya menjadi isu penting.

2.1.1.6 Indikator Wisata Kuliner

Menurut Randall dan Sanjur's dalam Pradiatiningtyas (2022:157), indikator yang mempengaruhi wisata kuliner yaitu sebagai berikut:

1. Perilaku wisatawan
Perilaku wisatawan sangat diperlukan dalam mengembangkan wisata kuliner untuk mendukung pendapatan masyarakat melalui makanan dan minuman dengan memberi kontribusi sensori melalui rasa, aroma, tekstur, penampilan, yang dimana lingkungan mempresentasikan budaya, sosial, ekonomi, dan faktor psikologi. Faktor psikologi tersebut mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung perilaku wisatawan.
2. Makanan
Makanan mempresentasikan faktor antara lain atribut sensorik untuk mengembangkan kegiatan wisata kuliner tersebut diperlukan ketersediaan makanan harga, nilai, dan kualitas produk.

3. Lingkungan di suatu destinasi
Lingkungan suatu destinasi mempresentasikan citra/identitas dari makanan, komunikasi pemasaran, pertemuan layanan, dan *servicescape* (elemen fisik dalam konsumsi lingkungan pengaturan gedung/tempat).

2.1.2 Ekonomi Kreatif

Menurut Arjana dalam Sari (2020:4) “Ekonomi kreatif didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut”.

Menurut Purnomo dalam Sari (2020:4) “Ekonomi kreatif adalah suatu konsep untuk merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan berbasis kreativitas”.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif lebih menunjukkan pada suatu tindakan kreasi manusia dimana seseorang menciptakan sesuatu yang baru, baik dalam bentuk produk barang dan jasa, pekerjaan seniman, jenaka maupun dalam bentuk pemecahan masalah dalam suatu persoalan atau suatu kebaruan barang dan jasa yang memiliki nilai ekonomi.

2.1.2.1 Modal Ekonomi Kreatif

Menurut Home Affairs Burea dan Suryana dalam Sari (2020:8) ada beberapa modal yang digunakan dalam modal ekonomi kreatif adalah sebagai berikut:

1. Modal insani (human capital)
Salah satu modal dalam ekonomi kreatif yang terpenting adalah modal intelektual, berupa kecakapan, pengetahuan, keterampilan, dan motivasi untuk menghasilkan kekayaan intelektual, seperti paten, merek dagang, royalti, dan desain. Modal intelektual merupakan perkalian antara kompetensi dengan komitmen. Artinya seseorang yang memiliki kompetensi, tetapi kurang komitmen maka akan memiliki modal intelektual yang rendah.
2. Modal sosial (social capital)
Modal sosial adalah modal yang paling mendasar untuk setiap individu, organisasi, perusahaan bahkan suatu bangsa. Modal kepercayaan dan kejujuran serta etika dalam menjalankan usaha merupakan faktor kunci sukses. Membentuk modal sosial diperlukan sistem pendidikan yang mengintegrasikan nilai-nilai kejujuran, etika dan norma-norma kedalam kurikulum, program, serta materi pembelajaran.
3. Modal budaya (culture capital)
Modal budaya adalah modal dasar yang sudah dimiliki oleh industri kecil dan industri lokal yang tersebar di seluruhtanah air. Terdiri dari nilai-nilai, orientasi, kebiasaan, adat-istiadat dan bentuk lain dari budaya. Modal budaya dimiliki oleh setiap bangsa bahkan perusahaan secara turun menurun. Modal budaya bisa berupa kesenian, pertunjukkan, film, drama, lukisan dan hasil karya atau dalam bentuk cagar budaya
4. Modal kelembagaan dan struktural
Sebagai alat yang diperlukan dan di pandang sebagai modal sumber daya manusia bagi organisasi. Modal struktural atau yang dikenal modal infrastruktur meliputi:
 - a. Kebijakan rekrutmen organisasi.
 - b. Pelatihan dan remunerasi.
 - c. Sistem informasi manajemen dan sistem manajemen ilmu pengetahuan.
 - d. Arahkan kerja tim.
 - e. Sikap dalam pekerjaan.
 - f. Manajemen hak kekayaan intelektual.
 - g. Nama.
 - h. Perlindungan merek dagang.
 - i. Lisensi.
 - j. Hak paten.
 - k. Perlindungann hak cipta.

2.1.2.2 Manfaat Ekonomi Kreatif Bagi Indonesia

Menurut Sopanah (2020:5), Industri kreatif, diharapkan dapat membantu pertumbuhan perekonomian Indonesia dengan berbagai cara, berikut ini beberapa manfaat ekonomi kreatif bagi perekonomian Indonesia diantaranya:

1. Membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat Indonesia
2. Mengurangi pertumbuhan angka pengangguran.
3. Menciptakan masyarakat Indonesia yang kreatif dan inovatif.
4. Kompetensi aktivitas dunia bisnis yang lebih sehat.
5. Meningkatkan inovasi pelaku ekonomi kreatif di berbagai sektor.

2.1.2.3 Jenis-jenis Usaha Ekonomi Kreatif

Menurut Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) dalam Sari (2020:22-24) yang dituangkan dalam Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 dalam Carunia yang dipimpin oleh Triawan Munaf sejak Januari 2015 hingga Oktober 2019 dalam rencana pengembangan ekonomi kreatif 2015-2019, 15 subsektor tersebut dibagi, menjadi 18 subsektor dengan memisahkan subsektor film, video, fotografi, dan animasi. Memiliki 18 subsektor kreatif yang dikembangkan di Indonesia antara lain:

1. Animasi, kegiatan yang berkaitan dengan animasi berbasis komputer dengan teknik pembuatan yang dapat disiarkan pada semua jenis media yaitu: animasi layar lebar, animasi serial TV, animasi iklan, animasi web, dan animasi game, saat masih menggunakan komputer atau gabungan antara komputer dan manual.
2. Arsitektur, kegiatan kreatif yang berkaitan dengan desain interior, arsitektur lansekap, teknik sipil, dan teknik jasa bangunan. Secara khusus, pengetahuan ini dapat dikembangkan dalam teknik iluminasi, teknik akustik, teknik façade, spesialis, dan desain grafis experiental.
3. Desain, kegiatan kreatif ini berkaitan dengan desain komunikasi visual, desain produk, dan desain interior. Subsektor ini memiliki keterkaitan dengan subsektor lain, seperti penerbitan, periklanan, animasi,

permainan interaktif, arsitektur, film, video, fotografi, desain kemasan, kriya, dan fashion.

4. Fotografi, kegiatan kreatif ini difokuskan pada fotografi profesional yaitu fotografi jurnalistik, fotografi komersial, dan fotografi seni yang mencakup semua genre dalam fotografi, yang didorong untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing profesi fotografer Indonesia.
5. Musik, kegiatan kreatif ini menekankan pada perkembangan industri musik, yang diharapkan dapat memberikan nilai tambah ekonomi bagi para pelaku yang terlibat dan memberikan kualitas hidup bagi penikmatnya. Kegiatan ini menargetkan artis, penulis lagu, penulis lirik, insinyur musik komposer, produser, insinyur suara, sutradara musik, dan pemain sesi.
6. Kriya, kegiatan kreatif ini berkaitan dengan seni dan kriya desain. Kerajinan seni meliputi kerajinan edisi terbatas dan kerajinan individu 2 dimensi (ukiran, relief, lukisan ukiran). Sebaliknya, kriya desain meliputi kriya massal, kriya edisi terbatas, dan kriya individu 3 dimensi (furnitur, keris, perhiasan, mainan, pakaian adat. Peralatan dapur, dan lain-lain).
7. Kuliner, kegiatan kreatif ini memiliki dua cakupan, yaitu jasa kuliner dan barang kuliner. Layanan kuliner meliputi restoran dan layanan katering, sedangkan item kuliner termasuk makanan khusus.
8. Fashion, kegiatan kreatif ini berkaitan dengan jenis proses, volume produksi, jenis produk, fungsi produk, dan segmen pasar. Fokus pengembangan fashion adalah produk ready-to-wear, baik deluxe maupun mass production.
9. Research and development, kegiatan ini tidak hanya terfokus pada penerbitan dan pengembangan terapan. Penerapan sains dapat ditargetkan pada bidang sosial, humaniora, sains, dan teknologi & teknik.
10. Penerbitan, kegiatan ini kreatif ini tidak hanya berfokus pada penerbitan buku saja, tetapi publikasi media berkala, software, game interaktif, atau publikasi lain seperti musik, video, serta film dan animasi.
11. Film, kegiatan kreatif ini meliputi media perekaman dan pertunjukan yang digunakan narasi dalam film, format pembuatannya, genre, dan durasi film itu sendiri.
12. Periklanan, kegiatan kreatif ini terbatas pada pemasaran produk/jasa dan berkembang menjadi pemasaran sosial, sarana untuk membangun citra perusahaan/individu (image marketing), kampanye politik, dan membangun relasi dengan masyarakat. Kegiatan yang diselenggarakan oleh industri periklanan akan memperluas dan menghasilkan konten, aplikasi digital, dan pengadaan acara.
13. Game interaktif, kegiatan kreatif ini termasuk kategori permainan interaktif dengan platform: arcade, PC berbasis klien, dan media sosial dan seluler, untuk semua genre dengan menekankan pada kategori pendidikan, periklanan, serius dan kasual.

14. Seni pertunjukan, kegiatan kreatif ini berkaitan dengan seni pertunjukan itu sendiri, pengembangan atau genre, pengurusan kelompok, komposisi bentuk, serta berdasarkan bentuk penyajian dan konsumsi. Seni pertunjukan disajikan sebagai produk seni yang dipentaskan untuk dinikmati/dikonsumsi sebagai produk seni, bukan sebagai jasa seni.
15. Seni rupa, kegiatan kreatif ini berkaitan dengan seni rupa modern dan kontemporer yang dilandasi oleh nilai-nilai seni rupa murni, dengan memasukkan seni tradisional sebagai bidang inspirasi, meliputi: seluruh bidang akademik yaitu seni terapan dan seni rupa, dan ruang lingkup produk, baik sebagai karya seni maupun sebagai produk pengetahuan.
16. Teknologi informasi, kegiatan kreatif dikelompokkan berdasarkan kelompok industri, kelompok jenis jasa dan produk, serta jenis jasa dan produk yang berkaitan dengan industri teknologi informasi. Fokus pengembangan mencakup produk perangkat lunak dan layanan terkait perangkat lunak.
17. Televisi dan radio, kegiatan kreatif ini menitikberatkan pada pengembangan konten, bukan pada kegiatan penyiaran. Ruang lingkup konten televisi mencakup empat kategori besar: berita ringan, program hiburan, permainan, musik, dan pertunjukan. Sebaliknya, konten radio mencakup berita, siaran lepas, siaran skrip, dan musik.
18. Video, kegiatan ini memiliki ruang lingkup yang dapat ditinjau berdasarkan model bisnis dan pengelolaannya, tujuannya, dan genre konten video. Pengembangan video difokuskan pada video komersial, video dan media baru, serta dokumentasi video.

2.1.2.4 Indikator Ekonomi Kreatif

Menurut Sopanah dalam Paramita (2021:3-4) indikator dari ekonomi kreatif sebagai berikut yaitu:

1. Adanya kreasi intelektual ekonomi kreatif
Menekankan pada pentingnya kreativitas. Maka dari itu, kreativitas dan juga keahlian dalam sektor sangat dibutuhkan dan menjadi salah satu ciri utama dari ekonomi kreatif.
2. Mudah diganti
Kreasi dan inovasi harus terus dikembangkan sesuai dengan perkembangan aktivitas ekonomi. Tujuannya agar bisa diterima oleh pasar dan bermanfaat bagi konsumen.
3. Distribusi secara langsung dan tidak langsung
Adanya distribusi secara langsung atau tidak langsung didasarkan pada kebijakan perusahaan dan kebutuhan konsumen.
4. Membutuhkan kerja sama
Dalam industri kreatif, kerja sama sangatlah penting. Misalnya antara pihak pengusaha dengan pemerintah yang mengatur kebijakannya.

2.1.3 Kewirausahaan

Menurut Zimmerer dalam Sembiring (2016:5) “Kewirausahaan sebagai gabungan dari kreativitas, inovasi, dan keberanian dalam menghadapi resiko dan kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru”.

Menurut Meredith dalam Sembiring (2016:6) “kewirausahaan berarti memadukan watak pribadi, keuangan, dan sumber daya. Oleh karena itu, kewirausahaan merupakan suatu pekerjaan atau karier yang harus bersifat fleksibel dan imajinatif, mampu merencanakan, mengambil resiko, mengambil keputusan-keputusan dan tindakan-tindakan untuk mencapai tujuan”.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan berperan sebagai penggerak, pengendali, dan pemacu perekonomian suatu bangsa. Karena dengan adanya kewirausahaan, maka akan tercipta lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi.

2.1.3.1. Manfaat Kewirausahaan

Menurut Thomas W. Zimmer dalam Sembiring (2016:11-12) manfaat kewirausahaan ada 6 yaitu:

1. Memberi peluang dan kebebasan untuk mengendalikan nasib sendiri
Karena wirausaha telah melepaskan nasib dirinya dari orang lain. Berbeda ketika tetap bekerja kepada orang lain, misalnya sebagai buruh, nasib kita sangat bergantung kepada pimpinan atau atasan.
2. Memberi peluang melakukan perubahan
Dengan menjadi seorang wirausaha kita akan berperan dalam menentukan arah perubahan. Baik perubahan untuk diri dan keluarga, atau pun perubahan untuk orang lain dan bangsa.
3. Memberi peluang untuk mencapai potensi diri sepenuhnya

Dengan menjadi seorang wirausaha, potensi diri akan terus digali dikeluarkan agar bisa mencapai puncaknya.

4. Memiliki peluang untuk meraih keuntungan seoptimal mungkin
Berbeda dengan bekerja kepada orang lain, semangat untuk meraih keuntungan maksimal sangat tipis.
5. Memiliki peluang berperan aktif dalam masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas usahanya
Karena mau tidak mau seorang wirausaha akan dikenal dan menjadi perhatian masyarakat. Misalnya dalam pembangunan fasilitas umum, jalan, seorang wirausaha akan diminta dana sumbanganyang lebih dari warga biasa.
6. Memiliki peluang untuk melakukan sesuatu yang disukai dan menumbuhkan rasa senang dalam mengerjakannya. Sementara kalau bekerja kepada orang lain, akan ada perasaan malas, dan tidak bergairah dalam bekerja.

2.1.3.2 Tahapan Permulaan dan Pertumbuhan Kewirausahaan

Menurut David C. McClelland dalam Sembiring (2016:24-25) pada umumnya proses memulai aktivitas kewirausahaan, baik pada skala kecil atau usaha yang sudah berkapasitas besar, memiliki 3 ciri, diantaranya:

1. Tahap imitasi dan duplikasi (*imitating and duplicating*)
Pada tahap ini wirausaha mulai meniru ide-ide orang lain, misalnya memulai usaha barunya diawali dengan meniru usaha orang lain, dalam menciptakan jenis barang yang dihasilkan meniru yang sudah ada.
2. Tahap pengembangan (*developing*)
Pada tahap ini, seorang wirausaha setelah mendapatkan ide bisnisnya, dia mulai mengembangkan ide yang diduplikasinya itu. Dalam tahap duplikasi, wirausaha mulai mengembangkan produksinya dengan menekankan diversifikasi dan diferensiasi dengan isu-isu model sendiri.
3. Tahap menciptakan sendiri barang atau jasa yang berbeda (*creating new and different*) dengan perusahaan lain
Sehingga di pasaran memiliki daya tawar, ciri khas dan orang mengenal bahwa itu adalah produk yang dikeluarkan perusahaan kita. Disinilah dibutuhkan proses penciptaan atau disebut proses inovasi dan kreasi yang diawali dengan teknik produksi baru, mencari bahan baku baru, organisasi usaha baru, dan metode pemasaran baru seperti halnya proses inovasi.

2.1.3.3 Model Kewirausahaan

Model kewirausahaan menurut Hanafi dalam Hamali (2016:63-70) terdiri dari 7 tahap, yaitu:

1. Kesempatan dan Ide
Kewirausahaan dimulai dari adanya kesempatan bisnis yang dengan jeli dapat dilihat oleh seorang wirausaha. Kesempatan itu datang dari perubahan-perubahan dalam lingkungan atau dari kejelian wirausahawan dalam melihat suatu peluang.
2. Rencana Bisnis Formal
Rencana bisnis formal adalah dokumen yang disiapkan untuk mendirikan bisnis. Rencana bisnis semacam ini sudah biasa dilakukan oleh perusahaan yang besar.
3. Halangan Untuk Masuk
Seorang wirausahawan, meskipun mempunyai ide tidak akan memasuki dunia usaha begitu saja karena banyak halangan yang muncul. Penyebab lain adalah pengetahuan pasar yang kurang, cara memasarkan yang kurang efektif, atau jaringan-jaringan kerja dan informasi kurang mendukung. Halangan lainnya adalah karena wirausahawan dipandang mempunyai status sosial yang rendah (kerja lapangan sementara statusnya saat ini bekerja di kantor).
4. Strategi Memasuki Pasar
Seorang wirausahawan bisa memasuki pasar melalui tiga cara, yaitu:
 - a. Membangun perusahaan baru.
 - b. Membeli perusahaan yang sudah ada.
 - c. Waralaba (Franchising).
5. Bentuk Organisasi
Wirausahawan dapat memilih beberapa bentuk organisasi setelah memasuki pasar. Bentuk-bentuk organisasi tersebut dapat berupa:
 - a. Usaha perorangan.
 - b. Firma atau *partnership* (kemitraan).
 - c. Perseroan.
6. Faktor Penentu Keberhasilan
Wirausahawan harus berhati-hati terhadap faktor yang dapat menyebabkan kegagalan usaha setelah usaha kecil. Penyebab-penyebab kegagalan diantaranya:
 - a. Struktur permodalan yang kurang
 - b. Kekurangan modal untuk membeli barang modal dan peralatan
 - c. Kekurangan modal untuk memanfaatkan barang persediaan yang dijual dengan potongan kuantitas, atau jenis potongan lainnya.
 - d. Menggunakan peralatan dan metode bisnis yang ketinggalan zaman.

- e. Gagal menerapkan pengendalian persediaan.
- 7. Memelihara Semangat Kewirausahaan
Kewirausahaan didorong oleh kesempatan yang dipersiapkan. Semangat kewirausahaan dalam organisasi perlu dikembangkan melalui *intrapreneurship*. Intrapreneurship adalah seorang wirausaha yang bekerja dalam suatu organisasi untuk mengembangkan produk atau jasa tertentu. Sehingga diharapkan bisa melakukan suatu tugas dengan kreatif, berbeda dari anggota organisasi lainnya.

2.1.3.4 Indikator Kewirausahaan

Menurut Drucker dan Zimmerer dalam Firmansyah (2019:12-13) indikator kewirausahaan sebagai berikut yaitu:

1. Memiliki keberanian dan daya kreasi
Seorang kewirausahaan haruslah memiliki keberanian dalam memiliki daya kreasi atau tidak takut untuk bermimpi dan berencana haruslah dihilangkan. Setidaknya harus diingat STOP (Stop “Berhenti, Thinkk “Berpikir”, Observation “Observasi” dan Plan “rencana”) apabila terjadi hal-hal yang membuat ide tersebut tertunda.
2. Berani mengambil risiko
Seseorang dapat dikatakan kewirausahaan apabila memiliki sifat dan berani mengambil resiko, hal ini tentu saja harus sejalan dengan perencanaan yang sebelumnya telah dilakukan serta pengamatan yang dilakukannya terhadap ide yang dimilikinya.
3. Memiliki semangat dan kemauan keras
Seorang dapat dikatakan kewirausahaan selain berani mengambil resiko haruslah memiliki semangat dan kemauan yang keras untuk menuju sukses.
4. Memiliki jiwa pemimpin
Jiwa pemimpin harus memiliki seorang wirausaha. Dengan ini mereka mampu mengembangkan usaha mereka menjadi lebih maju.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
1	Anita Swantari (2013)	Potensi Wisata Kuliner Di Kemang Pratama 1, Bekasi	<ul style="list-style-type: none"> a. Jenis penelitian: Kualitatif b. Dengan menggunakan data primer dan sekunder. c. Analisis data yang digunakan berupa analisis deskriptif dan SWOT. 	Perkembangan sektor pariwisata kuliner di Kemang Pratama 1, berada di Kuadran 1 berpengaruh positif dan simultan terhadap Potensi Wisata Kuliner Di Kemang Pratama 1 Bekasi.
2	Muchamad Indra Purnama (2017)	“Dampak Perkembangan Industri Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Bandung (Studi Kasus JL.Burangrang , Kota Bandung)	<ul style="list-style-type: none"> a. Jenis penelitian: metode triangulas b. Dengan menggunakan data primer dan sekunder. c. Analisis data yang digunakan berupa analisis deskriptif. 	Bahwa dampak sentra kuliner yang ada dikota bandung berpengaruh positif dan simultan terhadap Perkembangan Industri Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Bandung. (Studi Kasus JL.Burangrang, Kota Bandung)
3	Novita Sari (2018)	“Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Khas Daerah Jambi”	<ul style="list-style-type: none"> a. Jenis penelitian: metode Kuantitatif deskriptif b. Dengan menggunakan data primer dan sekunder. 	Bahwa industri kuliner mengalami perkembangan yang sangat pesat dengan kehadiran kuliner modern berpengaruh positif dan simultan terhadap Pengembangan

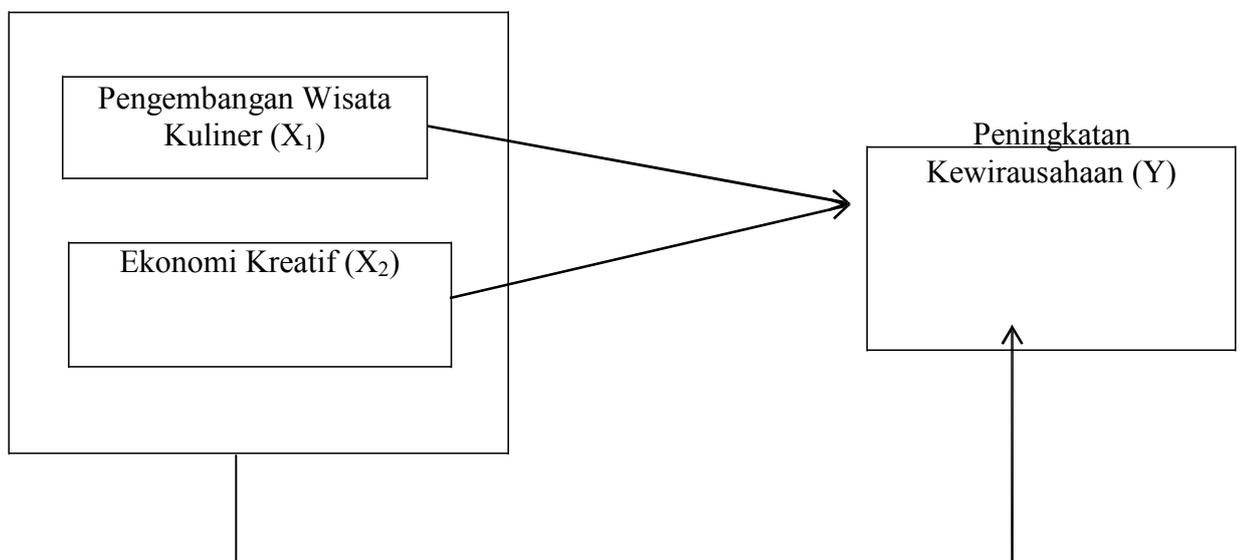
				Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Khas Jambi.
--	--	--	--	--

Sumber: Kumpulan berbagai jurnal skripsi yang diolah

2.3 Kerangka Konseptual Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:60) "kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting". Dalam penelitian ini akan dikaji variabel independen (bebas) dan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik (Sugiyono 2019:63). Berdasarkan kerangka konseptual di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian adalah:

1. H_0 ; Pengembangan Wisata Kuliner tidak berpengaruh terhadap peningkatan kewirausahaan masyarakat di Kecamatan Medan Labuhan.
 H_1 ; Pengembangan Wisata Kuliner berpengaruh terhadap peningkatan kewirausahaan masyarakat di Kecamatan Medan Labuhan.
2. H_0 ; Ekonomi Kreatif tidak berpengaruh terhadap peningkatan kewirausahaan masyarakat di Kecamatan Medan Labuhan.
 H_1 ; Ekonomi Kreatif berpengaruh terhadap peningkatan kewirausahaan masyarakat di Kecamatan Medan Labuhan.
3. H_0 ; Pengembangan Wisata Kuliner dan Ekonomi Kreatif secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Kewirausahaan Masyarakat di Kecamatan Medan Labuhan.

H₁; Pengembangan Wisata Kuliner dan Ekonomi Kreatif secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Kewirausahaan Masyarakat di Kecamatan Medan Labuhan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penelitian menggunakan jenis penelitian metode kuantitatif menurut Sugiyono (2019:8) “metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan objek penelitian dimana kegiatan penelitian dilakukan. Penentuan lokasi penelitian dimaksudkan untuk mempermudah atau memperjelas lokasi yang menjadi sasaran dalam penelitian. Adapun yang menjadi lokasi penelitian ini yaitu Jalan rawe raya, kelurahan besar, pada Taman warna-warna Kecamatan Medan Labuhan, dengan waktu penelitian yang dimulai dari September 2022 sampai dengan April 2023.

JADWAL KEGIATAN PENELITIAN & PENULISAN SKRIPSI

Tabel 3.1
Jadwal Kegiatan Penelitian dan Penulisan Skripsi

No	Kegiatan	WAKTU KEGIATAN																															
		September				Oktober				November				Desember				Januari				Februari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul			■																													
2	ACC Judul				■																												
3	Persetujuan Pembimbing					■																											
4	Penyusunan Proposal						■	■	■	■	■	■	■																				
5	Bimbingan Proposal										■	■	■	■	■	■	■																
6	Seminar Proposal																■																
7	Revisi Proposal																	■															
8	Pengumpulan Data																		■	■	■	■	■	■	■								
9	Pengelolaan dan Analisis Data																						■	■	■	■	■	■	■				
10	Bimbingan Skripsi																										■	■	■	■	■	■	■
11	Periksa Buku																																■

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019:80) “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang di Taman warna-warna Kecamatan Medan Labuhan yang berjumlah 130 orang.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2019:81) “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah teknik penarikan sampel probability, yaitu sampel random sampling”.

Teknik pengambilan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Besaran sampel.

N = Besaran populasi.

e = Nilai Kritis (batasan ketelitian) yang diinginkan (persenan kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel) sebesar 10%.

$$n = \frac{130}{1 - 130(0,1)^2}$$

$$n = \frac{130}{1 - 130(0,01)}$$

$$n = \frac{130}{1 - 1,3}$$

$$n = \frac{130}{2,3}$$

$$n = 56,52 \text{ (dibulatkan menjadi 56)}$$

3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data berdasarkan sumbernya terdiri dari data primer dan data sekunder.

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data utama atau data pokok yang digunakan dalam penelitian. Data primer dapat dideskripsikan sebagai jenis data yang diperoleh langsung dari tangan pertama subjek penelitian atau responden atau informan. Teknik pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini ialah Kuesioner (Angket).

Menurut Sugiyono (2019:142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti, secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder pada umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang tidak tersusun dalam arsip baik yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

3.5 Definisi Operasional

Defenisi operasional adalah dimensi penelitian yang menyediakan data bagi peneliti untuk mengetahui bagaimana metode dalam mengukur atau menilai variabel. Defenisi operasional merupakan panduan yang benar dalam menakar sebuah variabel, yang mana akan menolong peneliti dalam mempertimbangkan variabel yang setara. Adapun defenisi operasional yang dijadikan acuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Wisata Kuliner (X1)	Wisata kuliner adalah suatu jenis wisata yang dipengaruhi oleh keinginan wisatawan yang melakukan wisata pada suatu tempat pembuatan makanan, festival makanan, restoran, dan lokasi yang menyediakan beraneka-ragam dengan tujuan	1. Perilaku wisatawan 2. Makanan 3. Lingkungan di suatu destinasi	Skala Likert

	untuk mencoba makanan tersebut.		
Ekonomi Kreatif (X2)	Ekonomi kreatif adalah lebih menunjukkan pada suatu tindakan kreasi manusia dimana seseorang menciptakan sesuatu yang baru, baik dalam bentuk produk barang dan jasa, pekerjaan seniman, jenaka maupun dalam bentuk pemecahan masalah dalam suatu persoalan atau suatu kebaruan barang dan jasa yang memiliki nilai ekonomi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya kreasi intelektual ekonomi kreatif 2. Mudah diganti 3. Distribusi secara langsung dan tidak langsung 4. Membutuhkan kerja sama 	Skala Likert
Peningkatan Kewirausahaan (Y)	Kewirausahaan berperan sebagai penggerak, penggendali, dan pemacu perekonomian suatu bangsa. Karena dengan adanya kewirausahaan, maka akan tercipta lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki keberanian dan daya kreasi. 2. Berani mengambil resiko. 3. Memiliki semangat dan kemauan keras. 4. Memilki jiwa pemimpin. 	Skala Likert

Skala Pengukuran

Skala pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert adalah skala penelitian yang digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat. Dalam skala likert responden diminta untuk menjawab kuesioner yang mengharuskan mereka untuk menunjukkan tingkat persetujuannya terhadap serangkaian pertanyaan. Pertanyaan atau pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini biasanya disebut dengan variabel penelitian. Skala yang digunakan untuk mengukur respon subjek kedalam 5 (lima) poin skala dengan jumlah internal yang sama.

Tabel 3.2
Skala Likert dan Bobot Nilai jawaban Responden

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.6 Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis Regresi Berganda dengan pengolahan data menggunakan software *SPSS 25 For Windows*. Adapun tahap-tahap analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.6.1 Uji Instrumen

Uji Instrumen penelitian memiliki peran penting dalam penelitian kuantitatif, karena kualitas data ditentukan oleh kualitas instrumen yang digunakan dengan maksud untuk mengetahui keadaan variabel penelitian yang sedang diteliti. Pengujian instrumen mempunyai dua dimensi yaitu validitas data dan reabilitas data. Instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.

3.6.1.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan suatu instrumen. Uji validitas instrumen penelitian dapat dinyatakan valid apabila setiap item pertanyaan yang ada pada kuesioner dapat digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh Kuesioner tersebut.

Indikator yang digunakan untuk pengambilan keputusan adalah:

- a. Jika nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (pada taraf signifikansi 5% atau 0,05) berarti instrumen penelitian valid.
- b. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ (pada taraf signifikansi 5% atau 0,05) berarti instrumen penelitian tidak valid.

Untuk mengukur validitas suatu perhitungan atau pengujian validitas suatu perhitungan atau pengujian validitas juga dilakukan dengan bantuan computer menggunakan program *SPSS Versi 25*.

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Yuandari dan Rahman (2017:51) mengatakan “uji Reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana

Dalam penelitian ini perhitungan reliabilitas menggunakan analisis Alpha Cronbach (Yuandari dan Rahmansuatu alat ukur tersebut dapat dipercaya atau dapat diandalkan”. Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban atas pernyataan tersebut konsisten. Pengukuran reliabel dapat dilakukan dengan metode Cronbach Alpha dengan rumus:

- a. Jika nilai Cronbach Alpha $\geq 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten.
- b. Jika nilai Cronbach Alpha $< 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik adalah prasyarat analisis regresi berganda yang harus dipenuhi agar penaksiran parameter dan koefisien regresi tidak bias. Pengujian asumsi klasik ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas.

3.6.2.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residu terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki residu yang terdistribusi normal. Tes normalitas karena itu tidak dilakukan untuk setiap variabel, tetapi untuk nilai residual.

Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak, dalam penelitian ini menggunakan uji dengan statistik yaitu uji Kolmogrov-Smirnov, grafik histogram dan grafik P-Plot. Untuk mengetahui apakah Pada pengujian ini memiliki distribusi yang normal atau tidak adalah berdasarkan asumsi berikut :

1. Data dikatakan berdistribusi normal apabila pada hasil uji Kolmogrov-Smirnov terhadap nilai residual dari analisis regresi linear berganda, dihasilkan nilai signifikansi yang besarnya $> 0,05$.
2. Data dikatakan tidak berdistribusi normal apabila pada hasil uji Kolmogrov-Sminov terhadap nilai residual dari analisis regresi linear berganda, dihasilkan nilai signifikansi yang besarnya $< 0,05$.

3.6.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel bebas.

Multikolinieritas dapat diketahui melalui beberapa pengujian salah satunya dalam penelitian ini adalah menghitung nilai VIF dan Tolerance dari masing-masing variabel bebas. Untuk mengetahui apakah penelitian mengandung multikolinearitas atau tidak, dapat didasarkan pada asumsi berikut :

1. Apabila nilai VIF > 10 dan nilai Tolerance $< 0,1$ maka data dapat dikatakan mengandung multikolinieritas.
2. Apabila nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance $> 0,1$ maka dapat dikatakan tidak mengandung multikolinieritas.

3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan variabel dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika variance dari setiap residual atau pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dalam suatu regresi linear berganda, maka dilakukan dengan melihat grafik scatterplot, dengan melihat pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika terdapat pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan bahwa terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak terdapat pola yang jelas, maupun titik-titik yang menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh satu variabel dependen terhadap dua atau lebih

variabel independen. Untuk itu penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan:

- Y = Peningkatan Kewirausahaan
- a = Konstanta
- x1 = Wisata Kuliner
- x2 = Ekonomi Kreatif
- b1 = Koefisien regresi Wisata Kuliner
- b2 = Koefisien regresi Ekonomi Kreatif
- e = eror

3.6.4 Pengujian Hipotesis

3.6.4.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

Pengujian ini dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan kriteria keputusan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara parsial (sendiri/masing-masing variabel) berpengaruh terhadap variabel terikat

(Y). Adapun kriteria yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan hipotesis adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Pengembangan wisata kuliner terhadap peningkatan kewirausahaan masyarakat di Kecamatan Medan Labuhan (X_1)

1. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$, signifikan = 95%. maka: H_0 ; diterima, H_1 ; ditolak.

Artinya Pengembangan Wisata Kuliner tidak berpengaruh terhadap peningkatan kewirausahaan masyarakat di Kecamatan Medan Labuhan.

2. Jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$, signifikan = 95% maka H_0 ; ditolak, H_1 ; diterima.

Artinya Pengembangan Wisata Kuliner berpengaruh terhadap peningkatan kewirausahaan masyarakat di Kecamatan Medan Labuhan.

2. Pengaruh Ekonomi Kreatif terhadap peningkatan kewirausahaan masyarakat di Kecamatan Medan Labuhan (X_2)

1. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$, signifikan = 95% maka: H_0 ; diterima, H_1 ; ditolak.

Artinya Ekonomi Kreatif tidak berpengaruh terhadap peningkatan kewirausahaan masyarakat di Kecamatan Medan Labuhan.

2. Jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$, signifikan = 95% maka: H_0 ; ditolak, H_1 ; diterima.

Artinya Ekonomi Kreatif berpengaruh terhadap peningkatan kewirausahaan masyarakat di Kecamatan Medan Labuhan.

3.6.4.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui adakah pengaruh positif atau negatif secara signifikan secara bersama-sama antara variabel independen (X_1 , X_2) terhadap variabel dependen (Y).

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, signifikan = 95%. aka: H_0 ; diterima, H_1 ; ditolak.

Artinya Pengembangan Wisata Kuliner dan Ekonomi Kreatif secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kewirausahaan masyarakat di Kecamatan Medan Labuhan.

2. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, signifikan = 95%. maka: H_0 ; ditolak, H_1 ; diterima.

Artinya Pengembangan Wisata Kuliner dan Ekonomi Kreatif secara simultan berpengaruh terhadap peningkatan kewirausahaan masyarakat di Kecamatan Medan Labuhan.

3.6.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan varian dari variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi sendiri adalah antara nol sampai satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan suatu variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilainya

mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.