

**HUBUNGAN MOTIVASI USAHA DENGAN KEBERHASILAN USAHA PADA USAHA
MIKRO KECIL MENENGAH CIRENG CAGEUR GROUP KOTA BOGOR**

***BETWEEN BUSINESS IN MICRO, SMALL AND, MEDIUM ENTERPRISES IN THE
CIRENG CAGEUR GROUP THE RELATIONSHIP BOGOR CITY***

ABSTRACT

This research aims to determine and identify the relationship between business motivation and business success, both simultaneously and partially, in the micro, small and medium enterprises of the Cireng Cageur Group, Bogor City. Questionnaires were distributed to 35 business actors taken using the Nonprobability Sampling Technique. The analytical method used in this research is descriptive and associative method. The results of this research show that the correlation or relationship between the independent variable, namely business motivation (X) and the dependent variable, namely business success (Y), has a strong and positive correlation (0.60 - 0.799). This means that the higher the business motivation, the better the business success. According to research conducted by Gemina et al (2016), business motivation has a relationship with business success of 0.689, providing a strong and positive correlation.

Keywords: *business motivation, success of micro, small and medium enterprises.*

ABSTRAK

Usaha Kecil Menengah (UMKM) merupakan suatu unit usaha yang berfungsi sebagai katup pengaman, baik dalam menyediakan alternatif kegiatan usaha produktif, alternatif penyaluran kredit, maupun dalam hal penyerapan tenaga kerja. Dalam mengukur keberhasilan usaha tentunya dibuktikan oleh adanya ide-ide inovatif yang dapat membantu memotivasi keberhasilan usaha. Motivasi usaha juga menjadi pendorong keberhasilan usaha, sehingga dalam berwirausaha seseorang akan termotivasi untuk mendapatkan keuntungan berupa laba, peluang usaha, dan kemandirian untuk mengendalikan nasib usahanya sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengidentifikasi hubungan motivasi usaha dengan keberhasilan usaha baik secara simultan maupun parsial pada Usaha Kecil Mikro Menengah Cireng Cageur Group Kota Bogor. Kuesioner didistribusikan kepada 35 pelaku usaha yang diambil dengan Teknik *Nonprobability Sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan asosiatif. Hasil penelitian ini menunjukkan korelasi atau hubungan dari variable independent yaitu motivasi usaha dengan variable dependen yaitu keberhasilan usaha memiliki korelasi yang kuat dan positif (0,60 – 0,799). Artinya semakin tinggi motivasi usaha maka semakin baik keberhasilan usaha.

Kata Kunci : Motivasi usaha, keberhasilan usaha mikro kecil menengah.

