

Analisis Pengaruh Penerapan Teknologi, Kreativitas Dan Lingkungan Bisnis Terhadap Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera

Irvan Rolyesh Situmorang

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Medan

Email: Irvanrolyesh@gmail.com

Corresponding author*

Abstract

This study aims to test and analyze the application of technology to the success of K3 Mart Sumatera, determine the influence of creativity on the success of K3 Mart Sumatera, determine the influence of the business environment on the success of K3 Mart Sumatera and determine the effect of the application of technology, creativity and business environment on the success of K3 Mart Sumatera. The research methodology used is quantitative descriptive method. The type of data used in this study is quantitative data, which is data obtained in the form of numbers or Numbers. The source of data is primary data and secondary data, the unit of analysis in this study is K3 Mart Sumatera and the observation unit is K3 Mart consumers. The population in this study is all consumers K3 Mart Sumatera while the sample amounted to 170 customers. The Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the calculation of the hypothesis partially obtained he application of technology to the success of K3 Mart Sumatera business, creativity on the success of K3 Mart Sumatera and business environment to the success of K3 Mart Sumatera. the calculation results obtained simultaneously the influence of the application of technology, creativity and business environment on the success of K3 Mart Sumatera.

Keywords : *Application Technology; Creativity, Environment; Success;*

1. PENDAHULUAN

Bisnis makanan ringan dan adanya tempat bersantai di Indonesia makin hari dirasakan semakin berkembang dan persaingan bisnisnya menunjukkan perkembangan yang cukup pesat, namun tidak menjadi halangan bagi para pengusaha untuk menambah jumlah outletnya diberbagai wilayah, apalagi setelah meningkatnya sejumlah *outlet* baru dari berbagai perusahaan yang menyelenggarakan program-program tertentu. Untuk memenuhi keinginan konsumen menyediakan berbagai makanan *import*.

Persaingan dalam bisnis makanan *import* dan kekinian serta menyediakan tempat bersantai dan fasilitas *Wifi* yang sekarang ini semakin ketat memaksa para pengusaha bisnis eceran atau *retail* saling bersaing untuk berusaha menarik perhatian konsumen. Berbagai macam kegiatan dilakukan, seperti meningkatkan kualitas pelayanan, meningkatkan kenyamanan suasana dalam berbelanja, atau melakukan potongan harga. Untuk itu di Sumatera Utara cukup diterapkan dengan baik sehingga banyak peminat dan mencerminkan perkembangan *outlet* yang cukup banyak.

Di Medan *outlet* K3 dan Yes 248 cukup banyak dan berkembang hal ini mencerminkan banyak konsumen yang meminati adanya tempat bersantai, fasilitas AC dan *Wifi* menjadi andalan utama sehingga menarik bagi para konsumen. Untuk itu bisnis ini cukup diminati dan berkembang. K3 Mart adalah toko makanan ringan yang banyak menjual produk-produk makanan *import* dan kekinian. K3 Mart lebih banyak menjual barang barang *import* khususnya dari Negara Korea dan Jepang. K3 Mart pertama kali berdiri di Medan sejak Juli 2013 telah membuka cabang di jalan Sumatera, Setiabudi, jalan Adam Malik, jalan Multatuli, dan jalan Ayahanda, Mall Focal Point dan Mall Lippo. Salah satu keunggulan K3 Mart adalah tersedianya tempat makan yang cukup nyaman bagi para pelanggan yang membeli produk-produk di sana dan dapat langsung.

Penerapan teknologi mutakhir tepat guna dalam pengembangan usaha yang berdasarkan pada jiwa kewirausahaan yang mapan akan dapat mengoptimalkan proses sekaligus hasil dari unit usaha yang dikembangkan. Kewirausahaan berbasis teknologi adalah suatu karakter integral antara kompetensi

penerapan teknologi serta spirit membangun (Ulum & Rahmawati, 2021). Penerapan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis atau sering dikenal dengan istilah *e-commerce* bagi perusahaan kecil dapat memberikan fleksibilitas dalam produksi, memungkinkan pengiriman ke pelanggan secara lebih cepat. *E-Commerce* merupakan proses pembelian dan penjualan jasa dan barang-barang secara elektronik dengan transaksi bisnis terkomputerisasi menggunakan internet, jaringan, dan teknologi digital lain

K3 Mart Sumatera juga memanfaatkan *e-commerce* tokopedia dan Grabmart. Namun penerapan *e-commerce* tokopedia dan Grabmart masih belum optimal. Hal ini disebabkan komunikasi dalam *e-commerce* terutama di tokopedia kurang cepat dan *update* produk maupun harga yang tidak dilakukan dengan cepat. Hal ini memberitahukan penerapan teknologi yang masih belum optimal.

Kreativitas usaha merupakan kemampuan seseorang untuk menuangkan ide dan gagasan melalui berpikir kreatif untuk menciptakan sesuatu menuntut pemusatan, perhatian, kemauan, kerja keras dan ketekunan. kreativitas dalam kewirausahaan sangatlah cerah dan wirausahawan yang dapat memanfaatkan kreativitas dan menemukan solusi inifatif akan memilki keunggulan kompetitif (Rismayani et al., 2023). Kreativitas akan menghasilkan berbagai inovasi dan perkembangan baru dalam suatu kehidupan. Individu dan organisasi yang kreatif akan selalu dibutuhkan oleh lingkungannya karena mereka dapat mampu memenuhi kebutuhan lingkungan yang terus berubah dan mampu untuk bertahan dalam kompetisi global yang dinamis dan ketat.

Kreativitas K3 Mart Sumatera masih kurang menarik dan membosankan seperti dekorasi tempat. Dekorasi tempat masih tidak berganti dari mulai dibukanya sampai saat ini. Ruangan yang sempit juga tidak dapat menerima cukup Konsumen karena tempat duduk yang disediakan tidak cukup banyak. Gambar-gambar dekorasi juga masih sedikit sehingga kurang nyaman untuk para Konsumen apabila ingin berfoto. Pernak-pernik yang digunakan masih sedikit untuk mengikuti perayaan besar serta makanan *import* yang tersedia juga masih belum terlalu lengkap. Selain itu, kreativitas usaha yang dilakukan dalam menciptakan program promosi juga minim diterapkan dan kurang menarik serta kreatif dalam mengajak kerja sama makanan dan minuman UMKM di Medan yang lagi hits agar menjual produknya di K3 Mart. Hal ini memicu menurunnya Loyalitas Konsumen di *outlet* K3 Mart Sumatera.

Lingkungan bisnis berada dalam masa transisi dari era revolusi industri menuju revolusi informasi dan komunikasi terpicu karena perubahan teknologi. Perubahan teknologi transportasi, teknologi informasi dan komunikasi telah menciptakan paradigma baru pada karakteristik lingkungan bisnis. Lingkungan sangat berperan dalam usaha menumbuhkan minat berwirausaha, karena dalam pertumbuhan dan perkembangan, lingkungan suatu bisnis yang mengembangkan usaha (Maruhawa, 2022). Lingkungan bisnis menjadi global, kompetitif dan turbulen. Lingkungan bisnis saat ini memiliki karakteristik yang dinamis, kompleks, berkaitan dengan perubahan teknologi, keterbatasan sumber daya, ekonomi global serta perubahan politik yang tidak menentu. Analisis lingkungan bisnis adalah proses pemetaan dan pemantauan lingkungan bisnis dengan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan serta peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan. Lingkungan bisnis adalah segala sesuatu yang mempengaruhi aktivitas bisnis dalam lingkungan internal dengan memastikan setiap tenaga kerja konsisten mengikuti prosedur kerja untuk meningkatkan profitabilitas, Dan melihat kondisi lingkungan eksternal perusahaan dengan mengenali perubahan lingkungan usahanya (Hardiana & Ridho'i, 2022).

Lingkungan bisnis yang masih kurang baik dari segi internal seperti karyawan yang minim sehingga pelayanan yang diberikan belum optimal. Selain itu dari segi lingkungan bisnis eksternal berupa kebutuhan inovasi yang masih kurang baik dari produk makanan yang mengikuti zaman seperti penyediaan minuman dengan *bubble*, makanan yang mengikuti apa yang lagi digemari konsumen saat ini sehingga dapat bersaing dan berkembang lebih baik. Selain itu, lingkungan eksternal dari K3 Mart Sumatera ini juga masih banyak pesaing seperti Yes 248, Alfamart, Indomaret yang menyediakan tempat santai bagi konsumen walaupun tidak terlalu luas seperti yang dimiliki K3 Mart tetapi banyak konsumen yang lebih banyak memilih bersantai di tempat tersebut disebabkan harga produk yang lebih murah.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1. Keberhasilan Usaha

Menganalisis keberhasilan usaha dengan mengetahui kinerja suatu perusahaan yang dapat dirumuskan melalui suatu perbandingan nilai yang dihasilkan perusahaan dengan nilai yang diharapkan dengan memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki. Keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, dimana keberhasilan tersebut didapatkan dari wirausaha yang memiliki otak yang cerdas yaitu kreatif, mengikut perkembangan teknologi, dan dapat menerapkan secara produktif dan hal tersebut terlihat dari usaha dari wirausaha dimana suatu keadaan usaha yang lebih baik dari periode sebelumnya dan menggambarkan lebih daripada yang lainnya yang sederajat atau sekelasnya. Keberhasilan usaha dapat dilihat dari berbagai macam hal, diantaranya bagaimana sebuah usaha itu dapat bertahan dan berkembang serta dengan adanya peningkatan kemampuan dan alat produksi, penambahan tenaga kerja, penambahan modal yang didapat dari keuntungan dan adanya peningkatan volume produksi (Tiara Damayanti et al., 2023). Keberhasilan usaha merupakan tujuan utama, dapat dilihat dari aktivitas-aktivitas dalam suatu bisnis berjalan dengan sangat baik serta terdapat peningkatan-peningkatan dalam usahanya. Keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produk-produk sangat tergantung pada kiat-kiat dan strategi pemasaran yang dilakukan karena dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat, perusahaan dapat menciptakan dan memelihara serta mengembangkan permintaan konsumen secara menyakinkan dan berkesinambungan (Situmorang, 2021)

2.2. Penerapan Teknologi

Teknologi pada zaman era modern ini sangatlah pesat, saat ini teknologi telah memberikan banyak manfaat dalam kemajuan diberbagai aspek. Perkembangan itu bukan hanya dalam hitungan tahun, bulan, atau hari, melainkan jam, bahkan menit atau detik terutama berkaitan dengan teknologi informasi dan komunikasi yang ditunjang dengan teknologi elektronika. Penggunaan teknologi oleh manusia dalam membantu menyelesaikan pekerjaan merupakan hal yang menjadi keharusan dalam kehidupan. Penerapan teknologi *e-commerce* adalah segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik (Nugraha & Nuraeni, 2021). Adapun kapabilitas teknologi informasi yang diterapkan dalam bisnis dapat menggunakan indikator berupa infrastruktur, sumber daya manusia, dan kemampuan manajerial. Ada tiga dimensi berpengaruh terhadap proses mengadopsi dan mengimplementasikan inovasi teknologi yakni perihal teknologi, organisasional, juga lingkungan (Salsabilla & Ali, 2024). Mengenai teknologi, ini berkaitan dengan sumber internal dan eksternal yang relevan dengan perusahaan. Metrik deskriptif yang berkaitan dengan organisasi, seperti ukuran, ruang lingkup, struktur tata kelola, dan sumber daya internal, merupakan bagian dari lingkungan perusahaan. Industri, pesaing, dan peraturan pemerintah semuanya merupakan bagian dari konteks lingkungan

2.3. Kreativitas

Kreativitas adalah cara berpikir yang menghasilkan sesuatu yang baru. Ini mencakup kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan menemukan cara-cara inovatif untuk memecahkan masalah ketika ada peluang. Secara umum, perusahaan diharuskan memiliki kreativitas dalam produk yang mereka pasarkan. Kreativitas menjadi kemampuan untuk membuat kombinasi baru, berdasarkan data, informasi, atau unsur-unsur yang ada. kreativitas merupakan keahlian seseorang dalam membuat ide-ide atau gagasan-gagasan dengan berpikir kreatif untuk membuat sesuatu yang baru. Sehingga ide yang ditemukan tersebut dapat menyelesaikan masalah-masalah yang ada dalam masyarakat dan menciptakan peluang untuk menghasilkan laba dari usahanya tersebut. Wirausaha yang kreatif akan dapat membuat peluang menjadi sesuatu yang menghasilkan dan juga akan menciptakan lapangan pekerjaan yang baru (Wiyono, 2020). Kreativitas dapat meningkatkan kinerja, untuk itu dalam proses mencapai profitabilitas yang diinginkan perlu ada kreativitas dari setiap anggota organisasi, karena dengan adanya kreativitas dalam

membuat sesuatu baik barang atau jasa dan gagasan akan mempermudah dalam bekerja (Cemosa & Soelaiman, 2020).

2.4. Lingkungan Bisnis

Dalam menghadapi persaingan di dunia bisnis diperlukan satu strategi yang tepat guna memenangkan persaingan tersebut. Strategi di tingkat korporasi, bisnis dan tingkat operasional akan memegang kendali utama terlaksananya tujuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Lingkungan bisnis adalah lingkungan yang mempengaruhi secara langsung kondisi bisnis atau perusahaan yang meliputi lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan bisnis adalah semua kondisi dan kekuatan yang ada didalam maupun diluar setiap unit bisnis yang akan mempengaruhi arah kebijakan dari suatu perusahaan dalam mengelola aktivitas bisnisnya (Yoval & Fikri, 2023). Lingkungan bisnis adalah keseluruhan hal-hal atau keadaan diluar badan usaha atau industry yang memengaruhi kegiatan organisasi. Lingkungan bisnis memiliki pengaruh yang kuat terhadap organisasi perusahaan, terlebih kondisi di saat dunia bisnis sudah tidak terbatas oleh suatu territorial Negara, beralihnya *hard technology* ke *smart technology* serta perubahan fundamental lainnya berdampak kepada kebijakan yang akan diambil oleh manajemen perusahaan (Ratwianingsih, 2018). Lingkungan bisnis merupakan unsur-unsur yang saling berhubungan yang dapat memengaruhi aktivitas bisnis. Analisis lingkungan bisnis merupakan proses yang digunakan untuk Menyusun perencanaan-perencanaan strategis untuk memantau terhadap peluang serta ancaman yang akan terjadi.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada K3 Mart yang beralamat di Jalan Sumatra no No. 11, Medan. Waktu penelitian dimulai sejak bulan Oktober 2022 sampai pada bulan Februari 2023. Jenis data yang digunakan adalah jenis data kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah semua konsumen K3 Mart. Melalui perhitungan berdasarkan rumus tersebut, didapat jumlah sampel dari penelitian ini adalah sebesar 170 orang yang berasal dari konsumen K3 Mart. Dalam penelitian ini, pengumpulan data terkait permasalahan yang diteliti oleh peneliti dilakukan dengan cara Kuesioner, *interview* dan Studi dokumentasi. Teknik analisa data menggunakan analisis regresi linear berganda.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa analisis regresi linear berganda.

Tabel 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	0.622	(Constant)
Penerapan Teknologi	0.267	Penerapan Teknologi
Kreativitas	0.187	Kreativitas
Lingkungan Bisnis	0.637	Lingkungan Bisnis

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

$$\text{Keberhasilan Usaha} = 0,622 + 0,267 \text{ Penerapan Teknologi} + 0,187 \text{ Kreativitas} + 0,637 \text{ Lingkungan Bisnis} + e$$

Makna dari penjelasan analisis regresi linear berganda diatas adalah apabila Penerapan Teknologi, Kreativitas dan Lingkungan Bisnis tidak mengalami peningkatan atau konstanta maka Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera 0,622 satuan. Setiap terjadi peningkatan sebesar satu satuan untuk variabel Penerapan Teknologi maka Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera sebesar 0,267 satuan dengan anggapan variabel Kreativitas dan Lingkungan Bisnis konstan. Setiap terjadi peningkatan sebesar satu satuan untuk variabel

Kreativitas maka Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera sebesar 0,187 satuan dengan anggapan variabel Penerapan Teknologi dan Lingkungan Bisnis konstan. Setiap terjadi peningkatan sebesar satu satuan untuk variabel Lingkungan Bisnis maka Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera sebesar 0,637 satuan dengan anggapan variabel Penerapan Teknologi dan Kreativitas konstan.

Uji Parsial (Uji t)

Pengujian mengunakan tingkat signifikansi 0,05 dan 2 sisi.

Tabel 6. Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Variabel	t_{hitung}	Sig	Kesimpulan
Penerapan Teknologi	3.700	0.000	Hipotesis diterima
Kreativitas	2.491	0.014	Hipotesis diterima
Lingkungan Bisnis	10.043	0.000	Hipotesis diterima

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} (3,700) > t_{tabel} (1,974) dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara parsial adanya Penerapan Teknologi terhadap Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} (2,491) > t_{tabel} (1,974) dan nilai signifikan sebesar $0,014 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara parsial adanya Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} (10,043) > t_{tabel} (1,974) dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara parsial adanya Lingkungan Bisnis terhadap Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera..

Uji Simultan (Uji-F)

Tabel 7. Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)

F_{hitung}	Sig	Kesimpulan
64.687	0.000	Hipotesis diterima

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Hasil perhitungan diperoleh nilai F_{hitung} (64,687) > F_{tabel} (2,66) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu secara simultan adanya pengaruh Penerapan Teknologi, Kreativitas dan Lingkungan Bisnis terhadap Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mencerminkan kemampuan variabel dependen. Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.15. di bawah ini :

Tabel 8. Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)

R	R Square	Adjusted R Square
0.734	0.539	0.531

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Adjusted R Square adalah sebesar 0.531 berarti Penerapan Teknologi, Kreativitas dan Lingkungan Bisnis terhadap Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera sebesar 53,1% dan sisanya 46,9% (100-53,1) dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini seperti variasi produk, kualitas pelayanan, promosi dan sebagainya.

Pembahasan

Pengaruh Penerapan Teknologi terhadap terhadap Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera

Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} (3,700) > t_{tabel} (1,974) dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara parsial adanya Penerapan Teknologi terhadap Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera. K3 Mart Sumatera juga memanfaatkan *e-commerce* tokopedia dan Grabmart. Namun penerapan *e-commerce* tokopedia dan Grabmart masih belum

optimal. Hal ini disebabkan komunikasi dalam *e-commerce* terutama di tokopedia kurang cepat dan *update* produk maupun harga yang tidak dilakukan dengan cepat. Hal ini memberitahukan penerapan teknologi yang masih belum optimal. Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Huda et al., 2018) dengan judul "*The Impact Of The Company's Environment To Performance And Competitiveness Of Indonesian Construction Company's*". Hasil yang diperoleh adalah terdapat pengaruh Penerapan Teknologi terhadap Keberhasilan Usaha. Dengan demikian Penerapan Teknologi memiliki pengaruh terhadap Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera. Dengan penerapan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis akan mendorong keberhasilan usaha.

Pengaruh Kreativitas terhadap terhadap Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera

Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} (2,491) > t_{tabel} (1,974)$ dan nilai signifikan sebesar $0,014 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara parsial adanya Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera. Kreativitas K3 Mart Sumatera masih kurang menarik dan membosankan seperti dekorasi tempat. Dekorasi tempat masih tidak berganti dari mulai dibukanya sampai saat ini. Ruangan yang sempit juga tidak dapat menerima cukup Konsumen karena tempat duduk yang disediakan tidak cukup banyak. Gambar-gambar dekorasi juga masih sedikit sehingga kurang nyaman untuk para Konsumen apabila ingin berfoto. Pernak-pernik yang digunakan masih sedikit untuk mengikuti perayaan besar serta makanan *import* yang tersedia juga masih belum terlalu lengkap. kreativitas usaha yang dilakukan dalam menciptakan program promosi juga minim diterapkan dan kurang menarik serta kreatif dalam mengajak kerja sama makanan dan minuman UMKM di Medan yang lagi hits agar menjual produknya di K3 Mart. Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sutapa et al., 2017) dengan judul penelitian "*The Role of Market Orientation, Creativity and Innovation in Creating Competitive Advantages and Creative Industry Performance*". Hasil penelitian menyatakan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha. Dengan demikian Kreativitas memiliki pengaruh terhadap Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera. Dengan penerapan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis akan mendorong keberhasilan usaha.

Pengaruh Lingkungan Bisnis terhadap terhadap Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera

Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} (10,043) > t_{tabel} (1,974)$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara parsial adanya Lingkungan Bisnis terhadap Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera. Lingkungan bisnis yang masih kurang baik dari segi internal seperti karyawan yang minim sehingga pelayanan yang diberikan belum optimal. Selain itu dari segi lingkungan bisnis eksternal berupa kebutuhan inovasi yang masih kurang baik dari produk makanan yang mengikuti zaman seperti penyediaan minuman dengan *bubble*, makanan yang mengikuti apa yang lagi digemari konsumen saat ini sehingga dapat bersaing dan berkembang lebih baik. Selain itu, lingkungan eksternal dari K3 Mart Sumatera ini juga masih banyak pesaing seperti Yes248, Alfamart, Indomaret yang menyediakan tempat santai bagi konsumen walaupun tidak terlalu luas seperti yang dimiliki K3 Mart tetapi banyak konsumen yang lebih banyak memilih bersantai di tempat tersebut disebabkan harga produk yang lebih murah. Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rianawati et al., 2024) dengan judul *The Influence Of Business Environment On Entrepreneurial Behavior Through Motivation And Competitive Advantage As Mediators*. Hasil penelitian menyatakan Lingkungan Bisnis terhadap Keberhasilan Usaha. Dengan demikian Lingkungan Bisnis memiliki pengaruh terhadap Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera. Lingkungan bisnis merupakan salah satu strategi yang digunakan perusahaan untuk meramalkan atau memprediksi dampak perubahan lingkungan bisnis terhadap perkembangan perusahaan.

Pengaruh Penerapan Teknologi, Kreativitas dan Lingkungan Bisnis terhadap terhadap Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera

Hasil perhitungan diperoleh nilai $F_{hitung} (64,687) > F_{tabel} (2,66)$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu secara simultan adanya pengaruh Penerapan Teknologi, Kreativitas dan Lingkungan Bisnis terhadap Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera. Keberhasilan usaha

yang belum tercapai terlihat dari target penjualan yang belum terpenuhi disebabkan penerapan *e-commerce* tokopedia dan Grabmart masih belum optimal, kurangnya kreativitas dari segi dekorasi tempat dan suasana ruang dan Inovasi dari segi produk pada K3 Mart Sumatera ini masih belum terlalu banyak. Dengan demikian Penerapan Teknologi, Kreativitas dan Lingkungan Bisnis memiliki pengaruh terhadap Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera. Untuk mencapai keberhasilan usaha tersebut ada banyak faktor yang dapat dimaksimalkan seorang wirausaha diantaranya yaitu pemanfaatan teknologi, menciptakan kreativitas yang dimiliki dan menciptakan inovasi-inovasi baru dan pengoptimalan lingkungan bisnis.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa apabila Penerapan Teknologi, Kreativitas dan Lingkungan Bisnis tidak mengalami peningkatan maka Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera bernilai konstan. Setiap terjadi peningkatan sebesar satu satuan untuk variabel Penerapan Teknologi maka Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera sebesar b_1 . Setiap terjadi peningkatan sebesar satu satuan untuk variabel Kreativitas maka Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera sebesar b_2 . Setiap terjadi peningkatan sebesar satu satuan untuk variabel Lingkungan Bisnis maka Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera sebesar b_3 . Hasil pengujian secara parsial diperoleh Penerapan Teknologi berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera. Hasil pengujian secara parsial diperoleh Kreativitas berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera. Hasil pengujian secara parsial diperoleh Lingkungan Bisnis berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera. Hasil pengujian secara simultan diperoleh Penerapan Teknologi, Kreativitas dan Lingkungan Bisnis berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha K3 Mart Sumatera.

Hasil implikasi yang dapat diberikan kepada perusahaan K3 Mart Sumatera harus lebih memperhatikan terkait dengan Penerapan Teknologi, dalam meningkatkan terhadap Keberhasilan Usaha, dengan cara mempertahankan pemanfaatan dengan baik *e-commerce* seperti Tokopedia, Grab, Gojek dan memperhatikan pembelian K3 Mart Sumatera dapat dilakukan via grabfood maupun gofood seperti penyediaan *stock* dan memperhatikan permintaan *note* dari konsumen. K3 Mart Sumatera harus lebih memperhatikan terkait dengan Kreativitas dalam meningkatkan terhadap Keberhasilan Usaha, dengan cara mempertahankan modifikasi ukuran makanan yang disajikan K3 Mart seperti ukuran onigiri yang bervariasi dan meningkatkan penciptaan susunan produk yang rapi sehingga memudahkan konsumen melakukan pembelian. Hal ini dapat dilakukan dengan pengawasan kerja karyawan. K3 Mart Sumatera harus lebih memperhatikan terkait dengan Lingkungan Bisnis dalam meningkatkan terhadap Keberhasilan Usaha, dengan cara mempertahankan pemanfaatan perkembangan teknologi dengan bekerja sama dengan berbagai *e-commerce* dan memperhatikan produk import yang halal sehingga konsumen tidak takut dalam mengkonsumsi.

Saran-saran akademis yang dapat diberikan adalah bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi peningkatan keberhasilan Usaha selain dari Penerapan Teknologi, Kreativitas dan Lingkungan Bisnis, misalnya variasi produk, kualitas pelayanan, promosi dan sebagainya. Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena sampel hanya diambil dari satu tempat saja yaitu di K3 Mart Sumatera. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu memperluas area penelitian dan memperbanyak responden penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Cemosa, C., & Soelaiman, L. (2020). Pengaruh Kreativitas, Proaktif dan Otonomi Terhadap Kinerja Usaha Makanan Dan Minuman. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(4), 889. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i4.9868>
- Elisabeth Nainggolan, Novita, N., & Widalicin Januarty. (2023). Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Ruang Kopi Koju Cabang Cemara Asri

- Medan). *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(2), 33–38. <https://doi.org/10.59435/gjimi.v1i2.20>
- Hardiana, C. D., & Ridho'i, I. (2022). Pengaruh Lingkungan Bisnis Dan Strategi Operasional Terhadap Kinerja Operasional Pada Outlet Fast Food Di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.56145/ekonomibisnis.v2i1.33>
- Huda, M., Rini, T. S., Siswoyo, & Azizah, S. (2018). The impact of the company's environment to performance and competitiveness of Indonesian construction companies. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 9(8), 1221–1232.
- Maruhawa, T. (2022). Pengaruh Lingkungan Bisnis Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pelaku Usaha) di Kecamatan Sirombu Kabupaten Nias Barat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 5(2), 1–8.
- Nugraha, S., & Nuraeni, D. (2021). Peran Teknologi Internet Dalam E-Commerce. *Journal Civics & Social Studies*, 5(2), 181–191. <https://doi.org/10.31980/civicos.v5i2.1474>
- Ratwianingsih, L. (2018). Dampak Lingkungan Bisnis Terhadap Pertumbuhan Sektor Industri Provinsi Jawa Tengah Sebagai Upaya Percepatan Era Asean Economic Community. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 10(1), 32–39.
- Rianawati, Y., Pradja, N. S., Jumantini, E., & Mulyati, S. (2024). *The Influence Of Business Environment On Entrepreneurial Behavior Through Motivation*. 29–42.
- Rismayani, Nasution, dinil arifah, Adelina, H., & Keling, M. (2023). Peran Kreativitas Dalam Proses Kewirausahaan Dengan Cara Menginspirasi Ide Hebat. *Pediaqu:Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 01(4), 1–23.
- Salsabilla, P. J., & Ali, H. (2024). *Pengaruh Teknologi Informasi , Kreativitas , dan Kualitas Produk terhadap Strategi Bersaing Perusahaan*. 2(1), 18–26.
- Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh Perilaku Usaha dan Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian pada PT Mulya Krida Resik Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya : Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 37–51. <https://doi.org/10.47663/jmbep.v7i1.84>
- Sutapa, S., Mulyana, M., & Wasitowati, W. (2017). The Role of Market Orientation, Creativity and Innovation in Creating Competitive Advantages and Creative Industry Performance. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8(2), 152–166. <https://doi.org/10.15294/jdm.v1i1.12756>
- Tiara Damayanti, Arsa, & Anzu Elvia Zahara. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Melalui Media Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(2), 149–154. <https://doi.org/10.55606/jurimea.v3i2.258>
- Ulum, Mi., & Rahmawati, D. (2021). *Kewirausahaan Berbasis Teknologi 4.0*. MNC Publishing.
- Wiyono, H. D. (2020). Kreativitas Dan Inovasi Dalam Berwirausaha. *Jurnal USAHA*, 1(2), 19–25. <https://doi.org/10.30998/juuk.v1i2.503>
- Yoval, A. M., & Fikri, K. (2023). Pengaruh Lingkungan Bisnis dan Strategi Operasi terhadap Kinerja Operasional Breadtalk Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(2), 19–29. <https://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/view/711%0Ahttps://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/download/711/236>