

**IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR KEBERHASILAN USAHA MENENGAH DARI  
PERSPEKTIF PEGAWAI**

(Studi Kasus pada usaha *Clothing C59*)

***THE IDENTIFICATION OF MEDIUM BUSINESS SUCCESS FACTORS FROM EMPLOYEE  
PERSPECTIVE***

(Case study on *C59 Clothing business*)

<sup>1</sup>Rakasandi Satria H, <sup>2</sup>Dr. Astri Ghina, S.SI, MSM

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Telkom

[rakasandi1@gmail.com](mailto:rakasandi1@gmail.com), [astri.ghina24@gmail.com](mailto:astri.ghina24@gmail.com)

**Abstrak**

Usaha *Clothing C59* mampu bertahan dari awal berdiri hingga saat ini. Selama puluhan tahun C59 dituntut untuk memberikan kualitas terbaik dalam melakukan produksi pakaian untuk pelanggan. C59 perlu melakukan perbaikan untuk meningkatkan penjualan sehingga dapat menaikkan omset dan mensejahterakan pegawai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya tingkat keberhasilan usaha C59 dilihat dari aspek Jaringan, Merek, Promosi, CSR, Karakteristik Wirausaha, Lokasi Usaha, dan Kemampuan Manajerial.

Didalam penelitian ini, penulis menggabungkan tiga teori sehingga terpilih tujuh faktor yang menjadi penentu dalam keberhasilan bisnis. Dari tujuh faktor yang telah dipilih tersebut akan diuji menggunakan identifikasi faktor sehingga menghasilkan faktor paling dominan.

Objek penelitian ini adalah pegawai C59 yang memiliki masa kerja lebih dari tiga tahun. Pengumpulan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 85 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin. Analisis data ini menggunakan *Confirmatory Faktor Analysis*.

Hasil penelitian menyatakan bahwa skor total untuk Faktor keberhasilan usaha adalah 4565 atau 76,7%. Dengan demikian Faktor keberhasilan usaha berada pada kategori tinggi.

Faktor CSR lebih berpengaruh terhadap Keberhasilan usaha, oleh karenanya disarankan kepada Perusahaan C59 untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan memberikan produk dengan standar kelayakan yang baik.

**Kata kunci:** Wirausaha, Keberhasilan usaha, C59

**Abstract**

*C59 Clothing Business is able to survive from the beginning up to the present. For decades C59 is demanded to provide the best quality in the production of clothing for customers. C59 needs to make improvements to increase sales so as to increase turnover and employee welfare. This study aims to determine the level of C59 business success seen from the aspects of Network, Brand, Promotion, CSR, Entrepreneurial Characteristics, Business Location, and Managerial Capabilities.*

*In this study, the author combines three theories so that seven factors are chosen to determine business success. Of the seven factors that have been selected will be tested using factor identification to produce the most dominant factor.*

*The object of this study is C59 employees who have a service life of more than three years. Data collection was obtained through distributing questionnaires to 85 respondents. The sampling technique uses the Slovin formula. This data analysis uses Confirmatory Factor Analysis.*

*The results of the study stated that the total score for the business success factor was 4565 or 76.7%. Thus the success factor of the business is in the high category.*

*CSR factors are more influential on business success, therefore it is recommended to C59 companies to be able to meet customer needs and provide products with good eligibility standards.*

**Keywords:** *Entrepreneurship, Business success, C59*

---

## 1. Pendahuluan

C59 adalah singkatan dari Caladi Lima Sembilan, ini merupakan nama salah satu gang di kota Bandung. Ditempat ini Marius Widyarto Wiwied yang lebih dikenal dengan nama Wiwied memulai usahanya dalam bidang industri garmen khususnya t-shirt printing (kaos oblong sablon). Usaha garmen ini dimulai pada tahun 1980, pada awalnya PT. Caladi Lima Sembilan berbentuk badan usaha perseorangan, dan awal modalnya ini diperoleh dari hasil penjualan kado perkawinan Bapak Wiwied dengan Maria, yang menikah pada tahun 1980.

Pada tahun 1989 PT. Caladi Lima Sembilan pertama kali mendapat pesanan dari Bank Niaga untuk pembuatan kaos oblong. Bank Niaga melihat potensi yang dimiliki oleh PT. Caladi Lima Sembilan untuk berkembang jauh lebih besar. Bank Niaga kemudian menawarkan pinjaman yang dapat digunakan untuk investasi juga untuk tambahan modal kerja.

Adanya bantuan tambahan dana investasi dan modal kerja, prioritas utama digunakan untuk pembangunan fasilitas produksi. Fasilitas produksi ini dibangun di daerah Cigadung, tepatnya di Jalan Cigadung Raya Timur No. 107 Sekemirung Bandung. Dengan luas tanah sekitar 8.000 M<sup>2</sup>, PT. Caladi Lima Sembilan. Penjualan secara retail ini dimulai dengan membuka showroom pertama yang berlokasi di Jl. Tikukur No. 10 Bandung. Kini C59 sudah bertransformasi menjadi sebuah pabrik konveksi terbesar di Indonesia dengan luas pabrik kurang lebih 959 m persegi dengan memperkerjakan sekitar 559 karyawan.

## 2. Tinjauan Pustaka

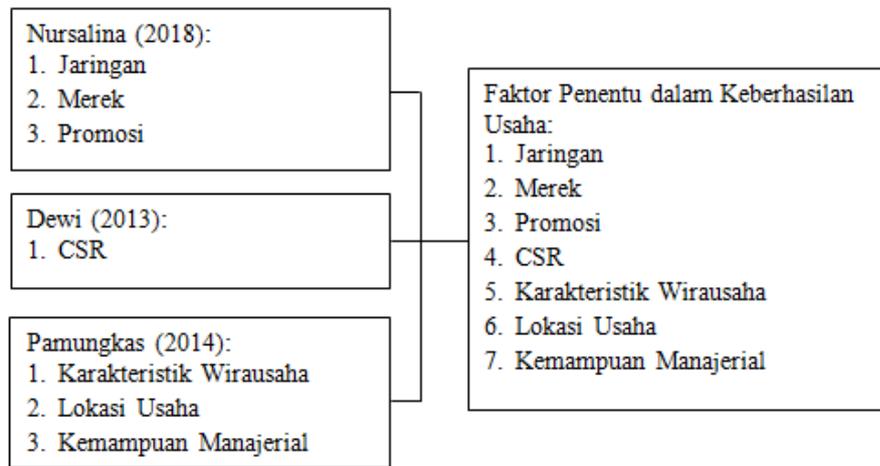
Kewirausahaan adalah proses yang dinamis untuk menciptakan kesejahteraan. Kesejahteraan tersebut dibentuk oleh individu yang memandang risiko sebagai keadilan, waktu, atau komitmen dengan memberikan nilai pada produk atau jasa. Produk atau jasa itu sendiri bisa saja baru atau bukan atau unik, namun nilainya diresapi oleh wirausaha dengan mengalokasikan keterampilan serta sumber daya (Ronstandt dalam Alifuddin dan Razak, 2015:24). Penrose (dalam Tando, 2013:3) mengemukakan bahwa kewirausahaan adalah kegiatan yang mencakup cara mengidentifikasi peluang-peluang di dalam sistem ekonomi. Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut bahwa seseorang wirausaha haruslah individu yang memiliki kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia usaha yang nyata dan dapat mengembangkannya dengan tangguh. Seorang wirausaha memerlukan energi dan gairah yang besar untuk menemukan ide baru dan solusi kreatif dalam mengambil risiko berupa waktu, modal dan karir.

Peneliti menetapkan delapan hasil/temuan dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Minat berwirausaha, jaringan, merek, dan promosi mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha (Nursalina (2018)).
- b. Faktor yang menentukan keberhasilan wirausaha antara lain faktor internal dan eksternal (Intan Septi Handayani (2013)).
- c. Variabel karakteristik usaha menunjukkan hasil paling dominan dalam pengaruh keberhasilan usaha, diikuti dengan variabel lokasi usaha, dan variabel karakteristik wirausaha (Rizki Pamungkas (2014)).
- d. Pengalaman Usaha, Tingkat Pendidikan dan Tenaga kerja berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap keberhasilan usaha. Modal Usaha tidak berpengaruh secara parsial. (Alfina Dewi Ratnasari 2014).
- e. Terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen (pengetahuan pasar, orientasi pasar, kompetensi belajar) dan variabel dependen (kesuksesan bisnis). (Robert Kozielski (2016)).
- f. Penentu utama keberhasilan kewirausahaan di Sudan adalah akses keuangan, kemampuan manajemen, kebijakan pemerintah dan dukungan jaringan di samping ciri kepribadian sikap. (Khattab I, Ahmed SS), dan (Mohmed Ahmed A) (2017).
- g. Semua faktor memainkan peran penting dalam keberhasilan bisnis (Shahid Jan, Muhammad Irshad, dan Aamir Nadeem (2013)).

- h. Penelitian ini menemukan bukti empiris yang tidak memadai untuk mendukung hubungan antara kemampuan pemasaran, sumber daya keuangan, berbagi pengetahuan, dan kesuksesan bisnis (Khadijah Mohamad Radzi, Mohammad Nazri Mohd Nor, dan Suhana Mohezar Ali, (2017)).

Berdasarkan landasan teori, penelitian terdahulu seperti yang telah diuraikan diatas, untuk lebih memudahkan pemahaman tentang kerangka pemikiran penelitian ini, maka dapat dilihat pada Gambar 2.1 sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

### 3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015:13) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Menurut Indrawati (2015:115) penelitian deskriptif dilakukan saat peneliti sudah mengetahui faktor atau variabel untuk mengukur sebuah objek atau bidang tetapi belum mengetahui hubungan antara faktor atau variabel tersebut. Dalam penelitian deskriptif, peneliti hanya menggambarkan karakteristik atau fungsi dari suatu variabel atau beberapa variabel dalam suatu situasi.

Peneliti tidak melakukan intervensi apapun pada komponen-komponen yang terlibat, peneliti hanya melakukan studi lapangan untuk proses analisa. Sementara itu untuk studi lapangan, peneliti melibatkan pegawai C59, sebagai responden dalam penyebaran kuesioner. Waktu pelaksanaan penelitian sendiri dilakukan secara *cross-sectional* dimana penelitian dilakukan dalam suatu periode waktu tertentu, data diolah dan kemudian ditarik kesimpulan.

### 4. Hasil Analisis dan Pembahasan

Hasil analisis dari penelitian ini menggambarkan rekapitulasi tanggapan responden mengenai Faktor keberhasilan usaha. Berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa skor total untuk Faktor keberhasilan usaha adalah 5966 atau 79.8%. Dengan demikian Faktor keberhasilan usaha berada pada kategori tinggi.

Rekapitulasi tanggapan responden terhadap 11 faktor yang diteliti adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Faktor keberhasilan usaha

No	Sub Variabel	Skor Total	Skor Ideal	%
1	Jaringan	666	850	78.4%
2	Merek	669	850	78.7%
3	Promosi	683	850	80.4%
4	CSR	727	850	85.5%
5	Karakteristik Wirausaha	621	850	73.1%
6	Lokasi Usaha	612	850	72.0%
7	Kemampuan Manajerial	587	850	69.1%
<b>Total Skor</b>		<b>4565</b>	<b>5950</b>	<b>76.7%</b>

Sumber : Data Primer Olahan Penulis, 2019

Berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa skor total untuk faktor keberhasilan usaha adalah 4565. Dengan demikian faktor keberhasilan usaha berada pada kategori baik.

Analisis faktor digunakan dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi faktor keberhasilan usaha sehingga akan menghasilkan komponen atau faktor baru. Proses analisis faktor menggunakan bantuan *Software Statistical Program of Social Science (SPSS) versi 23 for Windows*. Uji KMO dan *Bartlett Test Sphericity* dalam analisis faktor digunakan untuk melihat kecukupan sampel dan korelasi antar faktor secara simultan. Hasil penghitungan harus menghasilkan nilai KMO minimal 0,5 dengan taraf signifikansi kurang dari 0,05.

Tabel 2 KMO dan *Bartlett Test*

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.646
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	119.215
	df	21
	Sig.	.000

Hasil KMO dan *Bartlett Test* adalah 0,646 dengan signifikansi 0,000. Angka tersebut menunjukkan bahwa nilai KMO dan *Bartlett Test* lebih dari 0,5 (0,646) dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 (0,000). Maka, variabel dan sampel dalam penelitian ini dapat dianalisis lebih lanjut dengan menggunakan teknik analisis faktor.

Tabel 3 *Anti Image Matrics***Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component	
	1	2
Jaringan	.366	.727
Merek	.692	.344
Promosi	.517	.352
CSR	.738	.024
Karakteristik Wirausaha	.725	.009
Lokasi Usaha	.300	.579
Kemampuan Manajerial	-.366	.748

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

Hasil penghitungan *Anti Image Matrics* menunjukkan bahwa nilai MSA yang berada pada angka diatas 0,5 adalah seluruhnya. Ini berarti bahwa setiap faktor dapat diprediksi dan dilakukan analisis lebih lanjut.

Tabel 4 *Communalities***Communalities**

	Initial	Extraction
Jaringan	1.000	.663
Merek	1.000	.597
Promosi	1.000	.392
CSR	1.000	.545
Karakteristik Wirausaha	1.000	.526
Lokasi Usaha	1.000	.425
Kemampuan Manajerial	1.000	.694

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Berdasarkan Tabel 4, dapat diketahui nilai *extraction* menggambarkan besarnya persentase varian suatu variabel yang dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk. Untuk faktor Jaringan nilai *extraction* adalah 0,663, hal ini berarti bahwa 66,3% varian dari faktor Jaringan dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk. Untuk faktor Merek nilai *extraction* adalah 0,597, hal ini berarti bahwa 59,7% varian dari faktor Merek dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk. Untuk faktor Promosi nilai *extraction* adalah 0,392, hal ini berarti bahwa 39,2% varian dari faktor Promosi dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk. Untuk faktor CSR nilai *extraction* adalah 0,545, hal ini berarti bahwa 54,4% varian dari faktor CSR dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk. Untuk faktor Karakteristik Wirausaha nilai *extraction* adalah 0,526, hal ini berarti bahwa 52,6% varian dari faktor Karakteristik Wirausaha dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk. Untuk faktor Lokasi Usaha nilai *extraction* adalah 0,425, hal ini berarti bahwa 42,5% varian dari faktor Lokasi Usaha dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk. Untuk faktor Kemampuan Manajerial nilai *extraction* adalah 0,694, hal ini berarti bahwa 69,4% varian dari faktor Kemampuan Manajerial dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk. Semakin besar nilai *extraction* menunjukkan semakin kuat hubungan dengan faktor yang nantinya akan terbentuk.

Proses *factoring* dalam penelitian ini Penentuan jumlah faktor yang diperlukan untuk mewakili variabel-variabel yang akan dianalisis didasarkan pada besarnya *eigenvalue* serta persentase total variannya. Hanya faktor yang memiliki *eigenvalue*  $\geq 1$  yang dipertahankan dalam model analisis faktor, sedangkan yang lainnya dikeluarkan dalam model.

Tabel 5 Proses *Factoring***Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared			Rotation Sums of Squared		
				Loadings			Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.583	36.900	36.900	2.583	36.900	36.900	2.176	31.080	31.080
2	1.259	17.989	54.889	1.259	17.989	54.889	1.667	23.809	54.889
3	.974	13.921	68.810						
4	.772	11.031	79.841						
5	.638	9.110	88.952						
6	.441	6.297	95.249						
7	.333	4.751	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Berdasarkan Tabel 5 diatas tersebut dapat diperoleh informasi bahwa jumlah faktor yang terbentuk adalah dua faktor, yaitu component faktor 1 yang mempunyai *eigenvalue* sebesar 2,583 dan component faktor 2 yang mempunyai *eigenvalue* sebesar 1,259. Dari tabel tersebut dapat diperoleh dua component faktor dengan total varians sebesar 36,900% dan 17,989%. Dengan demikian, 36,900% dari seluruh variabel yang ada dapat dijelaskan oleh faktor pertama yang terbentuk.

Tabel 6 *Rotated Component Matrix***Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component	
	1	2
Jaringan	.366	.727
Merek	.692	.344
Promosi	.517	.352
CSR	.738	.024
Karakteristik Wirausaha	.725	.009
Lokasi Usaha	.300	.579
Kemampuan Manajerial	-.366	.748

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

Pada Tabel diatas menunjukkan distribusi variabel-variabel yang telah diekstrak ke dalam faktor yang telah terbentuk berdasarkan *faktor loadings*nya setelah dilakukan proses rotasi. Faktor yang terbentuk dapat dilihat pada tabel berikut:

**Component Faktor 1 :**

Merek, Promosi, CSR, Karakteristik Wirausaha. Berdasarkan teori Hair et al., (1992), penamaan faktor berdasarkan faktor yang memiliki nilai *factor loading* tertinggi. Maka, Component Faktor 1 diberi nama (labeling) yaitu CSR.

**Component Faktor 2 :**

Jaringan, Lokasi Usaha, dan Kemampuan Manajerial. Berdasarkan teori Hair et al., (1992), penamaan faktor berdasarkan faktor yang memiliki nilai *factor loading* tertinggi. Maka, Component Faktor 2 diberi nama (labeling) yaitu Kemampuan Manajerial.

**5. Kesimpulan dan Saran****5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai faktor penentu keberhasilan usaha, maka diperoleh beberapa kesimpulan untuk menjawab beberapa pertanyaan pada penelitian ini. Kesimpulan yang didapat oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Jaringan berada pada kategori tinggi yaitu sebesar 78,4%.
2. Merek berada pada kategori tinggi yaitu sebesar 78,7%.
3. Promosi berada pada kategori tinggi yaitu sebesar 80,4%.
4. CSR berada pada kategori tinggi yaitu sebesar 85,5%.
5. Karakteristik wirausaha berada pada kategori tinggi yaitu sebesar 73,1%.
6. Lokasi usaha berada pada kategori tinggi yaitu sebesar 72,0%.
7. Kemampuan manajerial berada pada kategori tinggi yaitu sebesar 69,1%.

**5.2 Saran**

Berdasarkan analisis dan pembahasan serta kesimpulan yang diperoleh, ada beberapa saran yang diajukan oleh penulis kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini, diantaranya adalah :

1. Faktor CSR lebih berpengaruh terhadap Keberhasilan usaha, oleh karenanya disarankan kepada Perusahaan C59 untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan memberikan produk dengan standar kelayakan yang baik.
2. Untuk faktor Kemampuan Manajerial, disarankan kepada Pimpinan C59 untuk memiliki kemampuan memotivasi orang lain dan membangun tim.
3. Diharapkan penelitian ini mampu memperkaya ilmu yang sudah ada mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan sebuah usaha, dan diharapkan dapat menambah wawasan ilmu serta sebagai sarana penerapan ilmu pengetahuan yang selama ini diperoleh penulis selama di bangku kuliah.
4. Bagi yang akan meneliti mengenai faktor-faktor yang menjadi penentu keberhasilan usaha, dapat dilakukan dengan mengembangkan analisis yang diperoleh dalam penelitian ini seperti dengan pengembangan teknik analisis yang berbeda yaitu dengan teknik Analisis Regresi Linier Berganda.

### DAFTAR PUSTAKA

- Alifuddin, Moh. dan Mashur Razak. (2015). Kewirausahaan Teori dan Aplikasi, Strategi Membangun Kerajaan Bisnis. Jakarta: MAGNAScript Publishing.
- Arikunto, S. (2013). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darmawan.(2013). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Daryanto dan Cahyono. 2013. Kewirausahaan: Penanaman Jiwa Kewirausahaan Malang: Gava Media.
- Dewi, Tia Restu. (2018). Pengaruh Program Csr PT Jasa Raharja (Persero) Cabang Riau terhadap Keberhasilan UMKM Di Kota Pekanbaru. Jurnal Publikasi Universitas Riau, JOM FISIP Vol. 5 No. 1 – April 2018.
- Echdar, Saban. (2013). Manajemen Enterepreneurship; Kiat Sukses menjadi Wirausaha. Jogyakarta: Andi.
- Ghozali, Imam. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, Intan Septi. (2013). Faktor-Faktor Penentu Keberhasilan Wirausaha. Skripsi Publikasi Universitas Negeri Semarang.
- I, Khattab, Ahmed SS,dan Mohmed Ahmed A. (2017). *Determinants of Business Entrepreneurship Success in Sudan.Journal of Entrepreneurship & Organization Management, Volume 6, Issue 2,1000218, ISSN: 2169-026X.*
- Indrawati.(2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi. Bandung: Aditama.
- Jan, Shahid, Muhammad Irshad, danAamir Nadeem. (2013). *Determinant of the Success Factors for Entrepreneurship Business. International Review of Basic and Applied Sciences, Vol. 1 Issue.7.*
- Kozielski, Robert. (2016). *Determinants Of Business Success – Theoretical Model And Empirical Verification. Folia Oeconomica Stetinensia.*
- Nugraheni, W, Negoro, N.P dan Syafi'i, M. (2018). Identifikasi Faktor Keberhasilan Pengelolaan Distribusi Retail Energi Listrik di PLN Unit Layanan Salatiga. Jurnal Publikasi Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS), Vol. 7, No. 1 (2018) 2337-3520 (2301-928X Print).
- Nursalina. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan UsahaMikro Kecil Berbasis Ekonomi KreatifDi Kota Makassar. Skripsi Publikasi Universitas Negeri Makasar.
- Pamungkas, Rizki. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pemegang Usaha Waralaba(Studi Kasus Pada Waralaba Makanan dan Minuman Lokal di Kota Semarang). Skripsi Publikasi Universitas Diponegoro.
- Radzi, Khadijah Mohamad, Mohammad Nazri Mohd Nor danSuhana Mohezar Ali. *The Impact Of Internal Factors On Small Business Success: A Case Of Small Enterprises Under The Felda Scheme. Asian Academy of Management Journal, Vol. 22, No. 1, 27–55, 2017.*
- Ratnasari, Alfina Dewi. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Bisnis Online Shop Di Kota Samarinda. Jurnal Publikasi Universitas Mulawarman, eJournal Administrasi Bisnis, 2017, 5 (1): 122-124 ISSN 2355-5408, ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id.
- Sugiyono.(2015). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. (2015). SPSS Untuk Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tando, Naomy Marie. (2013). Kewirausahaan.Jakarta: In Media.
- Chaidirritonga.com, diakses 12 Januari 2019
- [www.indonesiakreatif.net](http://www.indonesiakreatif.net),diakses 25 Januari 2019
- [www.suarapembaruan.com](http://www.suarapembaruan.com) diakses 12 Januari 2019