

## HUBUNGAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DENGAN KEBERHASILAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI CITRA NIAGA SAMARINDA

**Khurrotu Aini**

Universitas Mulawarman

[ainy844@gmail.com](mailto:ainy844@gmail.com)

**Nasib Subagio**

Universitas Mulawarman

[nasib.subagio@fkip.unmul.ac.id](mailto:nasib.subagio@fkip.unmul.ac.id)

**Vitria Puri Rahayu**

Universitas Mulawarman

[vitria.puri@fkip.unmul.ac.id](mailto:vitria.puri@fkip.unmul.ac.id)

---

### Abstract

This study aims to determine the relationship entrepreneurial knowledge and the success of micro, small and medium enterprises in Citra Niaga Samarinda. This study uses a quantitative approach. The population in this study are traders at Citra Niaga Samarinda. The sampling technique that will be used in this research is non-probability sampling. The data analysis technique used a simple correlation test using the SPSS version 26 program. Based on the results of this study it can be concluded that there is a correlation of entrepreneurial knowledge with the business success of Citra Niaga Samarinda MSME traders. The direction of the relationship shows that both are positive, which means that the higher the entrepreneurial knowledge, the higher the success rate of the Citra Niaga MSME merchant business.

**Keywords:** *Entrepreneurial knowledge, business success*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan pengetahuan kewirausahaan dengan keberhasilan usaha mikro kecil menengah di Citra Niaga Samarinda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang di Citra Niaga Samarinda. Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Teknik analisis data menggunakan uji korelasi sederhana dengan menggunakan program SPSS versi 26. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi pengetahuan kewirausahaan dengan keberhasilan usaha pedagang UMKM Citra Niaga Samarinda. Arah hubungan menunjukkan keduanya positif, yang artinya semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan maka akan semakin tinggi pula tingkat keberhasilan usaha pedagang UMKM Citra Niaga.

**Kata Kunci:** *Pengetahuan kewirausahaan, keberhasilan usaha*

## **PENDAHULUAN**

Pada saat ini, persaingan dunia bisnis semakin ketat dalam memaksimalkan kinerja perusahaannya agar mampu bersaing sehingga mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya (Ramadhani et al., 2021, p. 2). Keberhasilan usaha merupakan tolok ukur untuk menilai seberapa besar tingkat pencapaian suatu tujuan usaha. Muchtar dan Ramadini (2011, p. 200) menyatakan ukuran keberhasilan usaha mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Semakin banyak pelanggan yang menerima produk atau jasa yang ditawarkan, maka pelanggan akan semakin puas, berarti strategi yang dijalankan sudah cukup berhasil. Ukuran mampu meraih pelanggan sebanyak mungkin hanya merupakan salah satu ukuran bahwa strategi yang dijalankan sudah cukup baik. Kemampuan dalam menghasilkan produk yang sesuai dengan harapan pelanggan sehingga tidak sedikitpun mengurangi nilai suatu produk dan jasa (Setiyawan, 2021, p. 5). Keputusan pembelian dapat dilakukan dan mempengaruhi pelanggan karena adanya kebiasaan, kapan, dalam jumlah berapa, dan dimana pembelian dilakukan adalah semua aspek dari kebiasaan pembelian seseorang (Putri, 2018, p. 128). Kualitas pelayanan menjadi sesuatu yang secara konsisten dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Oleh sebab itu, pelaku usaha perlu menguasai konsep dasar ekonomi untuk mengelola sumber daya yang tersedia (Yuliana et al., 2022, p. 190).

Masih ada lagi ukuran lainnya, misalnya tingkat laba yang diperoleh dan lain sebagainya. Salah satu faktor yang mendorong keberhasilan usaha yaitu kemampuan untuk mengenali atau menciptakan peluang dan mengambil tindakan untuk sesuatu yang perlu diketahui mengenai kewirausahaan yang diperoleh dari berbagai sumber informasi. Selain itu, perlu kemampuan berwirasaha dengan mendorong diri sendiri dan berbuat sesuatu untuk memenuhi kebutuhan hidup serta memajukan usaha atau menciptakan usaha baru dengan perasaan senang karena membawa manfaat bagi dirinya untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya (Jumiati et al., 2022, p. 2). Kewirausahaan ditunjukkan dengan adanya kemampuan dalam berfikir kreatif dan inovatif yang membuat seseorang wirausahawan mampu mencari dan menciptakan ide baru dalam berwirausaha. Minat berwirausaha dapat dilihat dari keinginan seseorang khususnya mahasiswa untuk menciptakan sebuah usaha (Famila et al., 2021, p. 88).

Pengetahuan memungkinkan manusia mengembangkan keterampilan yang berguna bagi kehidupan. Pengetahuan kewirausahaan dapat membentuk pola pikir, sikap, dan perilaku seseorang menjadi seorang wirausahawan (*entrepreneur*) sejati sehingga mengarahkan mereka untuk memilih berwirausaha sebagai pilihan karir. Sarwono (2012, p.171) mengatakan bekal pengetahuan kewirausahaan itu meliputi pengetahuan tentang usaha yang dijalankan, cara menjalankan usaha tersebut, pengetahuan tentang manajemen, operasional, pemasaran dan lain-lain. Ketika seseorang memutuskan untuk memulai usaha baru, bekal pengetahuan kewirausahaan menjadi dasar utama yang harus dipelajari terlebih dahulu, agar usaha tersebut dapat berjalan dengan baik dan tumbuh berkembang sesuai keinginan pemilik usaha. Kewirausahaan memiliki peran dalam menambah daya tampung tenaga kerja, generator pembangun, jiwa kewirausahaan akan mendorong seseorang mendapatkan peluang yang ada menjadi sesuatu yang menguntungkan (Pangestuti, 2017, p. 2).

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti pada ibu Sriyati selaku sekretaris pengelola pusat perdagangan Citra Niaga dapat diketahui bahwa jumlah pedagang pada awal adanya pusat perdagangan ini adalah 350 toko kemudian saat ini berkurang menjadi 198 toko yang masih aktif berdagang. Peneliti juga melakukan wawancara pada lima pedagang UMKM di Citra Niaga adapun kendala yang dihadapi para wirausaha mikro di kawasan Citra Niaga yaitu dua dari lima pedagang yang diwawancarai mengakui bahwa tidak memiliki pembukuan khusus transaksi keuangan dari hasil penjualan dan tidak memisahkan pembukuan usaha dengan pengeluaran keluarga. Menurut pernyataan pedagang juga omset dari penjualan tidak menentu akibat sepi pembeli sehingga aktivitas usahanya tidak terencana dengan baik dan hasil penjualan dari usahanya selalu digunakan untuk menutup kebutuhan sehari-hari sehingga tujuan menambah modal sulit terpenuhi, hal tersebut di perkuat dengan observasi peneliti bahwa kawasan Citra Niaga hanya ramai dihari tertentu saja. Dengan adanya fenomena tersebut menimbulkan pertanyaan apakah pedagang di Citra Niaga dibekali pengetahuan kewirausahaan.

## METODOLOGI

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan kuesioner dan wawancara. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Berdasarkan perhitungan metode Slovin diperoleh jumlah sampel yang dibutuhkan 66 pedagang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut data sampel para pedagang Citra Niaga Samarinda berdasarkan kriteria umur, usia usaha, pendidikan terakhir dan jenis produk pedagang.

**Tabel 1. Responden Penelitian Berdasarkan Umur**

Usia	Jumlah	Persentasi
20 – 30	24	36,37%
30 – 40	29	43,94%
40 – 50	12	18,18%
> 50	1	1,51%
Total	66	100%

*Sumber: Data diolah peneliti (2022)*

Berdasarkan pada Tabel 1 memperlihatkan bahwa usia responden didominasi oleh usia berkisar 30 – 40 tahun yaitu berjumlah 29 orang atau setara dengan 43,94% dan usia responden yang terendah yaitu di atas 50 tahun yang berjumlah 1 orang atau setara dengan 1,51% dari total keseluruhan responden.

**Tabel 2. Responden Penelitian Berdasarkan Usia Usaha**

Usia Usaha	Jumlah	Persentasi
1 – 2	19	28,78%
3 – 5	45	68,18%
> 50	2	3,03%
Total	66	100%

*Sumber : Data diolah peneliti (2022)*

Berdasarkan Tabel 2 memperlihatkan bahwa responden didominasi oleh pedagang UMKM yang usia usahanya 3-5 tahun atau setara 68,18% dan responden terendah yaitu yang usia usahanya di atas 5 tahun atau setara 3,03%.

**Tabel 3 . Responden Penelitian Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

<b>Pendidikan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentasi</b>	
S1	21	31,81%	<i>S</i>
SMA	39	59,09%	<i>u</i>
SMP	6	9,09%	<i>m</i>
Total	66	100%	<i>b</i>

*Sumber : Data diolah peneliti (2022)*

Berdasarkan Tabel 3 memperlihatkan bahwa responden didominasi oleh pedagang dengan pendidikan terakhir SMA yaitu berjumlah 39 orang atau setara 59,09% dan responden terendah diperoleh 6 pedagang dengan pendidikan terakhir SMP atau setara 9,09% dari keseluruhan responden.

**Tabel 4. Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Produk**

<b>Produk</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentasi</b>
Souvenir	60	90,90%
Distro	4	6,06%
Konter	2	3,03%
Total	66	100%

*Sumber: Data diolah peneliti (2022)*

Berdasarkan Tabel 4 memperlihatkan bahwa responden didominasi oleh pedagang dengan kriteria penjualan souvenir yaitu berjumlah 60 orang atau setara 90,90% dan responden terendah diperoleh 2 pedagang dengan kriteria penjualan konter handphone atau setara 3,03% dari keseluruhan responden.

### **Hasil Analisis Korelasi**

Analisis korelasi pengetahuan kewirausahaan dengan keberhasilan usaha pedagang UMKM Citra Niaga Samarinda, dalam penelitian ini maka akan di uji hipotesis dengan rumus yang telah ditentukan namun sebelumnya peneliti melakukan penghitungan untuk 48 angka korelasi variabel X (Pengetahuan Kewirausahaan) dan Variabel Y (Keberhasilan Usaha), untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam perhitungan tabel berikut:

**Tabel 5. Perbandingan r hitung dan r tabel pada korelasi *product moment***

Variabel	R hitung	R tabel	Keputusn
Pengetahuan Kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha	0,877	0,242	r-hitung> r-tabel

*Sumber: Data diolah peneliti (2022)*

Berdasarkan perhitungan diatas, diperoleh nilai koefisien korelasi pengetahuan kewirausahaan dengan keberhasilan usaha pedagang UMKM Citra Niaga Samarinda sebesar 0,877. Berdasarkan hasil data nilai  $r_{xy}$  maka peneliti memberikan interpretasi data terhadap angka indeks korelasi *product moment* dengan membandingkan  $r_{tabel}$ .

Pada taraf signifikan 5% diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,242. Berdasarkan dari hasil perhitungan didapat nilai  $r$  hitung (0,877) rumus korelasi lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,242) signifikansi  $r$  *product moment*. Sesuai dengan hasil deskripsi data penelitian dapat diketahui bahwa hubungan pengetahuan kewirausahaan dengan keberhasilan usaha pedagang UMKM Citra Niaga Samarinda termasuk dalam kategori sangat kuat. Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan kewirausahaan dengan keberhasilan usaha pedagang UMKM Citra Niaga Samarinda.

## **Pembahasan**

Setiap pedagang memiliki perbedaan dalam tingkat kebutuhan atas suatu keberhasilan yang ingin dicapainya. Pengetahuan kewirausahaan berhubungan kuat dengan keberhasilan usaha berkaitan dengan faktor pembawa keberhasilan usaha adalah ditandai dengan pendapatan meningkat, pelanggan bertambah dan keuntungan meningkat. Hal ini mendasari pengusaha mempunyai motif dan mendorong dirinya untuk selalu mengembangkan usahanya agar terus berjalan dan menjadi lebih baik dari sebelumnya. Salah satu hal yang perlu diperhatikan yaitu keputusan pembelian sebagai tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar melakukan transaksi pembelian (Yulianti, 2019, p. 7). Keputusan pembelian merupakan suatu bagian pokok dalam perilaku konsumen yang mengarah kepada pembelian produk atau jasa. Banyaknya usaha yang berdiri setiap waktu mengindikasikan bahwa banyak permintaan pasar pada berbagai barang dan jasa (Mulyani et al., 2021, p. 2). Adapun kualitas pelayanan yang menjadi pertimbangan karena konsumen memiliki perbedaan dalam memilih setiap produk dan mengetahui apa yang dirasa sesuai dengan yang diharapkan

konsumen dengan harapan konsumne yang lain (Revilda Vienty et al., 2022, p. 109). Kualitas pelayanan merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan pemenuhan harapan konsumen sehingga konsumen dapat merasa puas apabila bisa melebihi harapan (Syarfina et al., 2021, p. 2).

Pengetahuan kewirausahaan perlu dipahami dan sangat diperlukan untuk memberikan perilaku yang bijak dalam merencanakan usaha sehingga tidak kesulitan dalam mengelola keuangan (Napitupulu et al., 2021). Perubahan mindset masyarakat berkembang untuk memanfaatkan peluang yang ada untuk mengakumulasi dari keterampilan-keterampilan yang dimiliki. Para pelaku bisnis perlu dibekali dengan berbagai keterampilan yang menunjang pengembangan usaha khususnya UMKM pada tingkat *start up* (Rahayu et al., 2022). Cara yang bisa dilakukan untuk menumbuhkan kesadaran berwirausaha diantaranya adalah dengan menumbuhkan minat berwirausaha. Dengan adanya minat, pelaku usaha akan terdorong untuk mempelajari pengetahuan yang berkaitan dengan kewirausahaan lebih serius (Ananda et al., 2023, p. 23).

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan Gema (2020:634) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan karakteristik wirausaha dengan keberhasilan usaha. Penelitian juga sejalan dengan Heri (2012:21) menyimpulkan terdapat hubungan yang sangat kuat dan berpengaruh antara karakteristik wirausaha dengan keberhasilan usaha. Wirausaha memiliki resiko yang berbeda-beda antara satu dan yang lainnya. Bila pedagang yang memiliki kepercayaan diri dan pengetahuan kewirausahaan yang besar mereka akan merasa mampu untuk menghadapi tantangan yang ada dan akan mencapai keberhasilan usahanya. Pencapaian dalam usahanya disebut keuntungan yang berisi selisih antara pendapatan total dengan biaya total yang digunakan. Pedagang perlu memiliki kemampuan untuk memperoleh keuntungan dengan kualitas manajemen serta operasi yang berarti mencerminkan nilai usaha (Hidayat et al., 2016, p. 68).

Lingkungan usaha yang semakin kompetitif, pengetahuan dan keahlian dalam bidang perusahaan yang dilakukan mutlak diperlukan bagi seorang wirausaha. Pengetahuan berwirausaha itu di antaranya pengetahuan tentang pasar, pengetahuan tentang konsumen, pengetahuan tentang pesaing, baik yang baru masuk maupun yang sudah ada, pengetahuan

tentang pemasok (supplier), pengetahuan tentang cara mendistribusikan barang dan jasa yang dihasilkan, termasuk kemampuan menganalisis dan mendiagnosis pelanggan, mengidentifikasi segmentasi, dan motivasinya. Hal ini berkaitan dengan keterampilan kewirausahaan yang telah menjadi suatu tuntutan, sebab tingkat persaingan pengusaha pada saat sekarang ini didasarkan pada tingkatan pengetahuan dan keterampilan seseorang. Maka dalam hal ini, bekal pengetahuan seseorang harus signifikan dengan kebutuhan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan

### **KESIMPULAN**

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang sangat kuat dan signifikan pengetahuan kewirausahaan dengan keberhasilan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Citra Niaga Samarinda. Arah hubungan menunjukkan keduanya positif dan hasil signifikan, yang artinya semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan maka akan semakin tinggi pula tingkat keberhasilan usaha UMKM di Citra Niaga, begitu pula sebaliknya jika semakin rendah pengetahuan kewirausahaan maka akan semakin rendah pula tingkat keberhasilan usaha.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alma, B. 2013. *Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta
- Ananda, A., Amrullah, A., Agung, A., Masiku, G., Mulawarman, U., & Makassar, U. N. (2023). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Efikasi Diri Sebagai Variabel Intervening Pada Studi Mahasiswa Kewirausahaan Universitas Negeri Makassar*. 01, 22–33.
- Arikunto, 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Christianingrum, E. R. 2017. *Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan*. *Integrated Journal of Business and Economics (IJBE)*, 49.
- Daulay, Ramadini, 2013. “Efikasi Diri dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha pada Foto Copy dan Alat Tulis Kantor di Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal”. FE USU Dep. Manajemen.
- Echdar, S. (2014). The HRs entrepreneurial competency development and the effects on the performance of small and medium enterprises in South Sulawesi. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 17(2), 197-210.
- Erlina. 2011. *Metodologi Penelitian: Untuk Akuntansi*. Medan: USU PRESS
- Fahmi, Irham. 2013. *Kewirausahaan Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Famila, G. C., Reza, & Astuti, R. F. (2021). *Explaining Financial Management Behavior for Koreans Living in the United States*.
- Firmansyah, M. A., & Andrianto, A. (2019). *Kewirausahaan: Gaya Hidup*.
- Gema, 2020. “Hubungan Karakteristik Wirausaha dengan Keberhasilan Usahatani

- Holtikultura”. *Jurnal Agribisnis*. Fakultas Pertanian, Universitas Padjadjaran.
- Ghozali, Imam, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heri, 2012. “Hubungan Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha”. *Jurnal Manajerial*. Vol, 11. No. 21
- Hidayat, R., Reza, Haidar, K., & Ellyawati, N. (2016). *Analisis Keuntungan Usaha Warung Makan di Pasar Sanggam Adji Dilayas Kabupaten Berau*. 10(2), 1–23.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. 2016. *Entrepreneurship Tenth Edition*. Kuntowicaksono, 2012. “Pengaruh Pengetahuan Wirausaha dan Kemampuan Memecahkan Masalah Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Sekolah Menengah Kejuruan”. *Journal of Economic Education*, 46-52.
- Mulyani, C. D., Ellyawati, N., & Haidar, K. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko H.Aan Tanah Grogot. *Educational Studies: Conference Series*, 1(2), 1–6. <https://doi.org/10.30872/escs.v1i2.902>
- Napitupulu, J. H., Ellyawati, N., & Astuti, R. F. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Kota Samarinda. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 9(3), 138–144. <https://doi.org/10.26740/jupe.v9n3.p138-144>
- Pangestuti, R. (2017). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Sikap terhadap Motivasi Berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi*, 1(1), 1–6.
- Putri, C. M. I. (2018). Pengaruh Promosi Online dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Bitkom Research*, 63(2), 1–3. <https://doi.org/10.19184/jpe.v17i1.39093>
- Rahayu, V. P., Astuti, R. F., Mustangin, M., & Sandy, A. T. (2022). Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) Sebagai Solusi dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner. *International Journal of Community Service Learning*, 6(1), 112–121. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v6i1.40965>
- Ramadhani, R., Reza, R., & Piar, C. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di D’Puncak Cafe and Resto Samarinda Tahun 2021. *Educational Studies: Conference Series*, 1(2), 1–6. <https://doi.org/10.30872/escs.v1i2.913>
- Revilda Vienty, V., Haidar, K., & Permatasari, I. (2022). Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Anggota Koperasi Serba Usaha (KSU) Syariah Baitul Maal wa Tamwil (BMT) Lantabur Samarinda. *Educational Studies: Conference Series*, 2(1), 103–111. <https://doi.org/10.30872/escs.v2i1.1203>
- Setiyawan, W. (2021). *PENJUALAN PADA USAHA BATAKO BAPAK ADANTO DI RPAK DALAM TAHUN 2020*. 1–6.
- Syarfina, Reza, & Ellyawati, N. (2021). *Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen Momoo Milk Fresh Samarinda Tahun 2019*. 1–7.
- Soegoto, E. S. (2014). *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung Edisi Revisi*. Elex Media Komputindo.
- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sumarwan, U., Puspitawati, H., Hariadi, A., Mukti Ali, M., Gazali, M., Hartono, S., & Farina, T. (2011). Riset pemasaran dan konsumen.

- Suryana, 2017. *Kewirausahaan: Pedoman Praktis Kiat dan Proses Menuju Sukses*, (Edisi Keempat). Jakarta: Salemba Empat
- Suryani dan Hendryadi. 2015. *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*.
- Suyatno. (2010). Motivasi dan kemampuan usaha dalam meningkatkan keberhasilan usaha industri kecil (Studi pada industri kecil sepatu di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(2), 177-184.
- Wahyuni, 2015. "Hubungan Prestasi Belajar Mata Pelajaran Kewirausahaan dengan Minat Wirausaha Siswa SMK Negeri 3 Singaraja". *Jurnal. Fakultas Teknik dan Kejuruan Universitas Pendidikan Ganesha*.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)
- Yuliana, A., Subagio, N., & Riyadi, R. (2022). Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Mulawarman. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial*, 16, 190–195. <https://doi.org/10.19184/jpe.v16i2.33582>
- Yulianti, N. M. (2019). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET PERJALANAN WISATA PADA CV . ZHAFIF merupakan Biro Perjalanan Wisata yang bergerak dalam Usaha Jasa Penjualan Tiket Pesawat Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Paket Perjalanan Wisata pada CV . 1(2), 1–10.*