

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
KESUKSESAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH BIDANG
KULINER DI KECAMATAN PLOSO KABUPATEN JOMBANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat dalam Rangka Penyelesaian Studi Strata Satu
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Manajemen

Oleh

Akhmad Azim Shiraj

21701081101



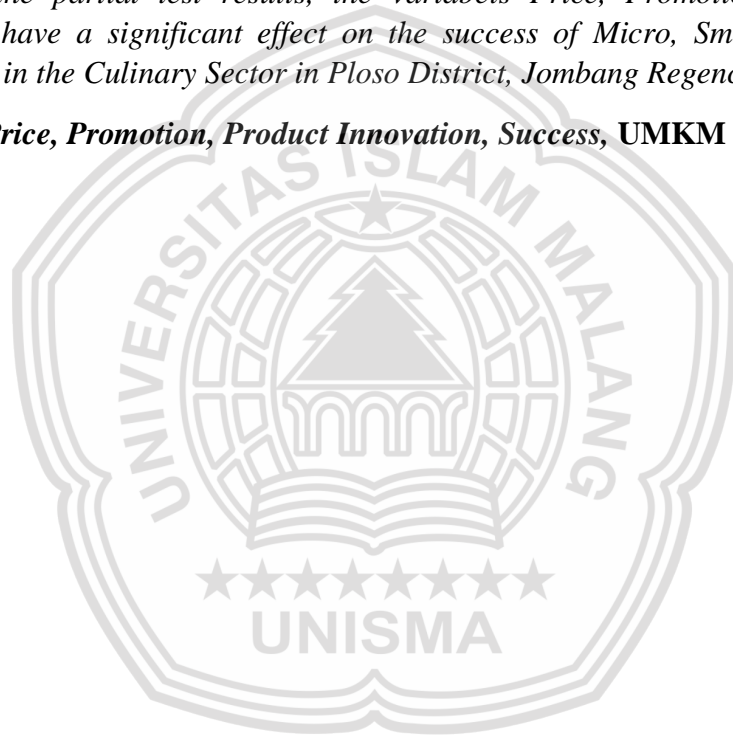
**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MALANG**

2021

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Price, Promotion and Product Innovation on the Success of Micro, Small and Medium Enterprises in the Culinary Sector in Ploso District, Jombang Regency. The sample used in this study were 85 UMKM in the culinary field. The data analysis method used in this study is quantitative data analysis using multiple linear regression analysis. Testing the data used is simultaneous hypothesis testing (F) and partial hypothesis testing (t). The results showed that simultaneously the independent variabls had a significant effect on the dependent vial. Based on the partial test results, the variabls Price, Promotion and Product Innovation have a significant effect on the success of Micro, Small and Medium Enterprises in the Culinary Sector in Ploso District, Jombang Regency.

Keyword: Price, Promotion, Product Innovation, Success, UMKM



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Promosi dan Inovasi Produk terhadap Kesuksesan Usaha Mikro Kecil Menengah Bidang Kuliner Di Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 85 Pelaku Usaha UMKM bidang kuliner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif yang menggunakan analisis regresi linier berganda. Pengujian data yang digunakan adalah pengujian hipotesis simultan (F) dan pengujian hipotesis parsial (t). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial, variabel Harga, Promosi dan Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Kesuksesan Usaha Mikro Kecil Menengah Bidang Kuliner Di Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang

Kata Kunci: Harga, Promosi, Inovasi Produk, Kesuksesan, UMKM



BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar belakang

UMKM atau Usaha Mikro Kecil Menengah adalah kelompok usaha yang memiliki usaha paling besar, selain menciptakan lapangan pekerjaan juga menciptakan usaha yang lebih banyak. Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia sangat besar dan telah terbukti menyelamatkan perekonomian bangsa pada saat krisis ekonomi tahun 1997.

Pengembangan UMKM berkorelasi dengan kemampuan berinovasi tidak harus mengesampingkan elemen-elemen modal sosial yang ada untuk menjamin keberlanjutannya. Modal sosial bisa dikatakan sebagai sumber daya yang melekat pada hubungan sosial dan digunakan pada beberapa tujuan khusus, namun modal sosial merupakan hal yang yang tidak dapat diraba (*intangible*). Modal sosial dapat diartikan sebagai hasil kerja sama masyarakat jangka panjang dan dilakukan secara terus menerus. Keinginan dalam menggapai tujuan bersama akan memengaruhi interaksi, komunikasi dan kerja sama walau tujuan yang ingin digapai bersama berbeda dengan tujuan pribadinya (Purnamawati & Sudibia, 2019)

Menurut penelitian Fernanda (2016) menemukan bahwa pelaku UMKM memiliki keterbatasan pengetahuan karena pendidikan yang

cenderung rendah. Hal ini menjelaskan bahwasanya pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha merupakan faktor terpenting untuk penunjang keberhasilan suatu usaha.

Karena itu kesuksesan suatu UMKM mencerminkan kesuksesan para wirausahawan di Indonesia. UMKM pada tahun 2012 saja telah menyerap tenaga kerja hingga 107 juta jiwa dan UMKM juga memiliki persentase sebesar 99,99% dengan dari total usaha di Indonesia 56.539.560, UMKM sebanyak 56.534.592 unit, sedangkan bisnis berskala besa berjumlah 4.968 unit (Suci, 2017).

Banyak variabel yang mempengaruhi kesuksesan UMKM seperti harga, promosi dan inovasi produk. Harga merupakan komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh pada keuntungan produsen. Harga juga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang atau jasa menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun, namun jika harga telah rendah maka akan mengurangi keuntungan perusahaan (Habibah dan Sumiati 2016).

Penelitian yang dilakukan Ratnaningrum (2016) menunjukkan bahwa ada pengaruh harga terhadap pembelian produk bahan bakar pertalite di Yogyakarta. Faktor harga mempunyai pengaruh sebesar 27% terhadap keputusan pembelian produk pertalite.

Selanjutnya yaitu Promosi, melalui promosi penjualan, perusahaan dapat menarik pelanggan baru, mempengaruhi pelanggannya untuk mencoba produk baru, mendorong pelanggan membeli lebih banyak, menyerang aktivitas promosi pesaing, meningkatkan *impulse buying* (pembelian tanpa rencana sebelumnya), atau mengupayakan kerja sama yang lebih erat dengan pengecer. Penelitian yang dilakukan oleh Harahap (2018) menyampaikan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap pada mahasiswa asrama putri Universitas Sumatera Utara.

Selain harga dan promosi, inovasi produk juga sangat penting dalam menunjang kesuksesan sebuah UMKM. Inovasi produk merupakan suatu proses baik pembuatan produk baru, produk lama yang diperbarui maupun pengembangan produk yang sudah ada (Dwi dan Musthofa 2016). Penelitian yang dilakukan oleh Mizan (2018) Menyampaikan bahwa inovasi produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian batik Jambi zhorif di Kota Sebrang.

Kecamatan Ploso adalah salah satu Kecamatan di Kabupaten Jombang, Jawa Timur, Indonesia. Terletak di bagian utara Kabupaten Jombang, kecamatan ini di sebelah selatan dibatasi oleh Sungai Brantas. Ploso merupakan persimpangan jalan provinsi Jombang-Tuban dengan jalur Lengkong-Mojokerto. Dahulu Ploso juga merupakan nama kawedanan (Pembantu Bupati), yang wilayahnya mencakup daerah Kabupaten Jombang

di sebelah utara Sungai Brantas. Daerah ini terdapat beberapa hasil pertanian seperti tembakau, jagung dan tanaman palawija. Dan terdapat pula peninggalan sejarah, pada zaman Belanda. Selain itu di Kecamatan Ploso terdapat banyak pelaku usaha umkm baru terutama dibidang kuliner karena banyaknya suber daya yang bisa dimanfaatkan.

Menurut Survey yang dilakukan Oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada bulan Juli hingga September 2020 pada masa *pandemic Covid-19* ini sektor UMKM mengalami penurunan, pemerintah juga telah melakukan beberapa cara untuk memulihkan sektor UMKM salah satunya adalah dengan memberi bantuan tambahan modal untuk pelaku usaha mikro kecil menengah ini (UMKM). Tidak hanya dengan bantuan secara materi saja akan tetapi pengaruh Harga, Promosi dan Inovasi juga berpengaruh untuk meningkatkan perekonomian pada sektor UMKM. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan karena peneliti memiliki dugaan sementara bahwa pengaruh Harga, Promosi dan Inovasi produk baik secara *parsial* maupun *simultan* berpengaruh terhadap Kesuksesan UMKM dan harapannya dari hasil penelitian ini dapat menjadi referensi untuk meningkatkan kembali sektor UMUM terutama di Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang.

Berdasarkan uraian tersebut maka penelitian ini di beri judul **“PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KESUKSESAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH**

BIDANG KULINER DI KECAMATAN PLOSO KABUPATEN JOMBANG”

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti yaitu sebagai berikut :

1. Pengaruh harga terhadap kesuksesan UMKM bidang kuliner di Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang?
2. Pengaruh promosi terhadap kesuksesan UMKM bidang kuliner di Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang?
3. Pengaruh inovasi produk terhadap kesuksesan UMKM bidang kuliner di Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang?
4. Pengaruh harga, promosi, dan inovasi produk secara simultan terhadap kesuksesan UMKM bidang kuliner di Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang?

1.3.Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kesuksesan UMKM bidang kuliner di Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang

2. Untuk mengetahui Pengaruh promosi terhadap kesuksesan UMKM bidang kuliner di Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang
3. Untuk mengetahui apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kesuksesan UMKM bidang di Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, dan inovasi produk secara simultan terhadap kesuksesan UMKM bidang kuliner di Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang

1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pelaku kewirausahaan UMKM di Kabupaten Jombang, perguruan tinggi dan bagi penulis sendiri. Adapun secara rinci manfaat penelitian ini adalah:

a. Bagi Kewirausahaan UMKM

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan untuk mengetahui pengaruhnya harga, promosi dan inovasi produk terhadap kesuksesan UMKM bidang kuliner di Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang.

b. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk tambahan referensi yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian lebih lanjut dimasa yang akan datang

c. Bagi Penulis

Dengan melaksanakan penelitian ini diharapkan akan dapat lebih memiliki wawasan yang lebih luas mengenai kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan pada sektor UMKM di Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

1.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Terdapat pengaruh secara simultan Harga, Promosi dan Inovasi Produk terhadap Kesuksesan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang.
- b. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Harga terhadap Kesuksesan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang. Hal ini berarti jika harga ditawarkan dengan baik maka Kesuksesan UMKM akan semakin meningkat.
- c. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Promosi terhadap Kesuksesan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang. Hal ini berarti jika promosi dilaksanakan dengan baik maka Kesuksesan UMKM akan semakin meningkat.
- d. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Inovasi Produk terhadap Kesuksesan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang. Hal ini berarti jika Inovasi Produk semakin banyak maka Kesuksesan UMKM juga akan meningkat.

1.2 Keterbatasan

- a. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Adapun keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu tidak mampu memberikan informasi yang lebih mendalam yang bisa di dapatkan dari setiap responden.
- b. Responden yang di gunakan hanya yang sudah menjalankan usaha lebih dari 2 tahun sehingga hasil kurang di generalisasi secara luas.

1.3 Saran

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian diatas, masih terdapat banyak keterbatasan sehingga masih banyak yang perlu diperbaiki. Adapun saran yang penulis sampaikan diantaranya sebagai berikut:

- a. Agar penelitian ini dapat digunakan secara luas, maka untuk peneliti selanjutnya diharapkan subjek penelitiannya tidak hanya Pelaku Usaha yang lebih dari 2 tahun.
- b. Peneliti selanjutnya disarankan dalam metode penelitian dilakukan dengan mengkobinasikan pengumpulan data dengan cara kuisoner serta wawancara. Hal ini dilakukan agar dapat menghasilkan data yang lebih akurat.
- c. Diharapkan bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk tidak hanya melakukan penelitian dengan variabel peneliti ini saja tetapi ditambahkan dengan variabel dan juga memperluas objek penelitian

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulwahab, M. H., dan Al Damen, R. A., 2015. "The Impact of Entrepreneurs' Characteristics on Small Business Success at Medical Instruments Supplies Organizations in Jordan". *International Journal of Business and Social Science*, 6(8), 164–175.
- Aditi, Bunga, 2017 pengaruh inovasi produk, harga, dan sertifikasi halal terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen UMKM di kota medan.
- Agus, Hermawan. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Anuraga, Wirawan dan Sonang Sitohang, "Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Merk terhadap Keputusan Pembelian Ulang" , *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, volume 4 Nomor 10, Oktober 2015
- Anwar, Sanusi. 2014. Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat
- Asrori, M. (2018). Psikologi Remaja. Jakarta: Bumi Aksara.
- Badan Pusat Statistik, 2017. Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah 2015. [Online]. Tersedia <https://www.bps.go.id/index.php> [Diakses pada 25 Juli 2017]
- Bagus Dwi Prasetyo. 2016. *Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Zhorif*, Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.
- Briones, J. (2014). Using Value-Based Innovation for New Product Introductions. from <http://www.slideshare.net/Brioneja/value-in-use-analysis-and-strategyfor-product-introductions-jose-abriones-product-camp-autin-tx03272010a>
- Business dictionary, 2017. Feasibility Study. Retrieved from <http://www.businessdictionary.com/definition/feasibility-study.html>

- Dhewanto, Wawan, dkk, 2015. *Manajemen Inovasi untuk Usaha Kecil dan Mikro*, Bandung, CV Alfabeta.
- Dwi Saputra dab Musthofa Hadi, 2016. *Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Harga Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Cv. Sumber Makmur Pakis-Malang*, Politeknik Negeri Malang
- Elwisam, Rahayu Lestari, 2019. Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM. Universitas Islam Attahariyah
- Fernanda, Rahadian, 2016. Pengaruh Kompensasi, Kepuasan Kerja, Motivasi Kerja dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan pada UMKM di Desa Wisata Bobung Gunungkidul Yogyakarta.
- Gary, Amstrong & Philip Kotler, 2012 *Prinsip-pronsio oemasaran* Edisi 12 (jilid 1), Jakarta:Erlangga.
- Geovana, Rosella Selvilita. 2015. Pengaruh Growth Sales, Profitabilitas, Operating Leverage, Dan Tax Rate Terhadap Kebijakan Hutang. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, Vol 4, No 4. STIESIA: Surabaya.
- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Habibah. Ummu, Sumiati, 2016. Pengaruh KUalitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura.
- Harahap, Dedy Ansari, 2018. Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus. Fakultas Ekonomi Universitas Sumatra Utara.
- Hatta, Gemala R., 2014 Pedoman Manajemen Informasi Kesehatan Di Sarana Pelayanan Kesehatan, Jakarta, UI Press.
- Hubeis, Musa 2012, MAnajemen Kreativitas dan Inovasi Dalam Bisnis Penerbit. PT. Hecca Mitra Utama, Jakarta.

- Jumadi, Heri, 2012. Hubungan Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Study Kasus pada Pengusaha Kecil di Pekalongan).
- Komang Edy Atmaja, Gusti Ayu Purnamawati, dkk, 2020. *Pengaruh Modal Sosial, Modal Manusia, Biaya Transaksi Terhadap Kesuksesan UMKM Industri Seni Lukisan di Kabupaten Buleleng*, Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja.
- Kotler, P., 2014 *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing. New Jersey: Prentice Hall.*
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, 2014: *Principle Of Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.*
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Maholtra, N.K. 2010. *Riset Pemasaran, Edisi Keempat, Jilid 1*, PT Indeks, Jakarta
- Mizin Azrori, 2018. *Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Zhorif di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang*, Universitas Islam Negeri Jambi.
- Muhammad Gigih Made P., 2015. *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Harian Suara Merdeka*, Universitas Diponegoro
- Novie Noordiana R.Y., 2017. *Faktor-Faktor Yang Memiliki Kontribusi Pada Kenerlangsungan dan Kesuksesan UMKM yang dikelola Oleh Kalangan Usia Muda*, Universitas Teknologi Surabaya
- Nugroho J Setiadi, 2010. *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4. Edisi Revisi. Jakarta :Kencana.
- Nurmala, Siti, 2017. *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket Internet Dalam Perspektif Ekonomi Islam*

(Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung)

- Oentoro, Sudaryono., 2015. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo.
- Pajar, R.C., 2017. Pengaruh Motivasi Investasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa FE UNY. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*,.
- Pandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Pandji, Anoraga, 2010, *Manajemen Bisnis*, Edisi Kedua, Rineka Cipta, Jakarta.
- Pramudyo, Anung. 2013. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan . Vol. I, No. 1, Agustus 2012. ISSN: 2252-5483. JBMA. Diakses pada November 2015.
- Purnamawati, I. G. A., & Sudibia, I. K., 2019. Sosial capital-Based women empwerment to improve business performance. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economic and Law*, 18 (5).166-173.
- Ratnaningrum, Hesti. 2016. Pengaruh promosi, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen dalam pembelian bahan bakar minyak jenis Peralite di Kota Yogyakarta. *Skripsi thesis*, Sanata Dharma University.
- Sakdiyah, Halimatus., 2018) *Studi Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Belanja Melalui Penggunaan Uang Plastik Di Wilayah Madura*. Universitas Islam Madura.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah, 2013. *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Sembiring, I. J., 2014. *Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Mcdonald's Mt, haryono Malang)*.

- Suci, Yuli Rahmini, 2017. Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia. Sekolah Tinggi Ilmu Balikpapan.
- Sudana, I Made, 2015. Manajemen Keuangan Perusahaan. Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Sugiono, 2012. Memahami Penelitian Kualitatif“. Bandung : ALFABETA.
- Sugiyono, 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sukoco, dkk., 2014. Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Berbasis Komputer Untuk Peserta Didik Mata Pelajaran Teknik Kendaraan Ringan. Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan. Vol. 22, No. 2 : 224
- Sunarti E, Silaban, Elisabeth, dkk., 2019. Pengaruh Promosi, Harga, dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Simpang Mataram Medan. Universitas Katolik Santo Thomas.
- Sunyoto, Danang, 2014. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus). Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Tjiptono. Pandi, 2011. Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Menengah
- Widiyanto, Gregorius, Heri satrio, Fx Pudjo Wibobo, 2021. Inovasi Produk, harga, dan promosi terhadap penambahan pendapatan ekonomi masyarakat di kota tangerang (study kasus UKM pembuatan makanan ringan dan snack)
- Yulianita, A., 2017. Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Cv. Cipta Nusa Sidoarjo (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo).

Yusuf, Ayus Ahmad dan Amir Hamzah, 2016. Pengaruh Kepercayaan Diri dan Semangat Kewirausahaan terhadap Minat Menjadi Wirausaha. *AlAmwal*, Volume 8, No.2.

Zimmerer, Thomas W, et all., 2010. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Salemba Emapt, Jakarta

