

ANALISA FAKTOR INDIVIDUAL PENGUSAHA MIKRO DAN KECIL SEKTOR INFORMAL DAN HUBUNGANNYA TERHADAP KINERJA BISNIS DI JAWA TIMUR

Stephanie Hartono dan Dhyah Harjanti

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail : stephaniehartono90@hotmail.com ; dhyah@peter.petra.ac.id

Abstrak — Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan faktor individual pengusaha sektor informal, melihat kinerja bisnis pengusaha sektor informal dan melihat hubungan antar faktor individual dan kinerja bisnis pada usaha sektor informal di Jawa Timur. Sampel penelitian ini terdiri dari 68 pengusaha mikro dan kecil yang tersebar di Jawa Timur. Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif, dimana teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Data yang diperoleh kemudian diuji statistik deskriptif (distribusi frekuensi) dan tabulasi silang menggunakan SPSS 16.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik usaha mikro dan kecil sektor informal mayoritas laki-laki, berusia kurang dari 25 tahun, kawin, memiliki anak, jenjang pendidikan perguruan tinggi dan memiliki pengalaman yang sesuai, waktu kerja lebih dari 36 jam, punya keterampilan, penghasilan awal berdiri kurang dari lima puluh juta, penghasilan saat ini kurang dari tujuh belas juta, modal awal berdiri kurang dari dua puluh juta, modal saat ini kurang dari enam puluh juta, asset awal berdiri kurang dari lima ratus juta rupiah, asset saat ini kurang dari satu milyar rupiah, profit awal berdiri kurang dari empat puluh lima juta rupiah dan profit saat ini kurang dari dua ratus lima puluh juta rupiah dan mayoritas berjenis usaha produk.

Dilihat dari hasil tabulasi silang antara jenjang pendidikan dan penentuan target pelanggan saat ini, mayoritas yang sudah menetapkan target pelanggan adalah responden berpendidikan SMA dan perguruan tinggi. Dari hasil tabulasi silang antara jenjang pendidikan dan promosi saat ini, mayoritas responden berpendidikan SMA dan perguruan tinggi menggunakan getok tular. Dari hasil tabulasi silang antara usia dan promosi saat ini, mayoritas responden yang berusia kurang dari 25 tahun menggunakan cara penjualan langsung. Dari hasil tabulasi silang antara usia dan distribusi saat ini, mayoritas responden yang berusia 25-35 tahun melakukan distribusi ecer sendiri.

Kata Kunci: Usaha Mikro Kecil, Faktor Individual, Sektor Informal, Kinerja Bisnis

I. PENDAHULUAN

Suatu negara dapat disebut negara berkembang atau negara maju didasarkan pada keberhasilan pembangunan oleh negara yang bersangkutan. Suatu negara dapat digolongkan sebagai negara berkembang jika negara tersebut belum dapat mencapai tujuan pembangunan yang telah ditetapkan atau belum dapat menyeimbangkan pencapaian pembangunan yang telah dilakukan. Adapun suatu negara digolongkan sebagai negara maju jika negara tersebut telah mampu menyeimbangkan pencapaian pembangunan yang telah dilakukan, sehingga sebagian besar tujuan pembangunan telah dapat terwujud, baik yang bersifat fisik ataupun nonfisik. Penggolongan suatu negara menjadi negara maju atau berkembang dapat diketahui dengan indikator-indikator yang ada.

Pada saat ini sektor informal memiliki peran yang besar di negara-negara sedang berkembang (NSB) termasuk Indonesia. Sektor informal adalah sektor yang tidak

terorganisasi (*unorganized*), tidak teratur (*unregulated*), dan kebanyakan legal tetapi tidak terdaftar (*unregistered*). Di Negara Sedang Berkembang, sekitar 30-70% populasi tenaga kerja di perkotaan bekerja di sektor informal. Sektor informal memiliki karakteristik seperti jumlah unit usaha yang banyak namun dalam skala kecil, dimiliki oleh individu atau keluarga, teknologi yang sederhana dan padat tenaga kerja, tingkat pendidikan dan ketrampilan rendah, produktivitas tenaga kerja yang rendah dan tingkat upah yang cenderung lebih rendah dibandingkan dengan sektor formal. (*ugm.ac.id*, 2006, para 1)

Pada jaman sekarang ini banyak sekali individu yang memilih mendirikan usaha sendiri karena berbagai alasan yang mereka berikan. Menjadi *entrepreneur* harus siap dengan berbagai resiko dan kemungkinan yang akan dialami, dan mereka juga harus siap menanggung rugi di awal-awal tahun berdiri usaha mereka. Pada awalnya mungkin bukan hal mudah untuk menjadi *entrepreneur* tapi setelah tahun berjalan dan hasilnya memuaskan maka individu tersebut akan dengan senang dalam menjalankan usahanya. Ada beberapa hal yang harus dimiliki jika individu tersebut sudah memutuskan menjadi seorang *entrepreneur*. Diantaranya orang tersebut harus memiliki semangat, kemauan, pikiran, mental, impian agar dapat hidup lebih nyaman dan enak dari yang sekarang sedang mereka jalani dan yang terpenting semangat untuk terus berjuang dan tidak menyerah sebelum mendapatkan atau mencapai tujuannya. (*wuryanano*, 2009, para 1)

Kontribusi usaha mikro dapat ditingkatkan melalui penambahan jumlah unit usaha atau meningkatkan besaran usaha yang saat ini tengah berlangsung. Sayangnya sebagian besar usaha tersebut tidak dapat bertumbuh dengan maksimal meski sudah dirintis selama bertahun-tahun. Salah satu sebab usaha tersebut tidak dapat bertumbuh adalah adanya faktor dari individu tersebut sendiri. Faktor individual dapat dibedakan berdasarkan faktor demografis yaitu usia, jenis kelamin, status sosial dan pendidikan sedangkan faktor psikologis yaitu motivasi, kepribadian dan proses kognitif (*Shane*, 2003)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan faktor individual pengusaha sektor informal, melihat kinerja bisnis pengusaha sektor informal dan mengetahui hubungan faktor individual dan kinerja bisnis pengusaha sektor informal.

Faktor individual terdiri dari enam perspektif yaitu *trait perspective*, *cognitive perspective*, *intention perspective*, *learning perspective*, *affective perspective* dan *economic perspective* dan satu variabel kontrol yang terdiri dari: jenis kelamin, jumlah anak, status perkawinan dan usia. Perspektif ekonomi terdiri dari beberapa indikator yaitu: pengalaman wirausaha, pengalaman kerja, pengalaman manajerial, pendidikan, *vocational qualification*, waktu kerja, pengangguran, pendapatan, *personal wealth*, *parent's*

wealth, real estate or windfall gains (Heinrichs dan Walter, 2013). Mengacu pada penelitian Heinrich dan Walter tersebut, penelitian ini menggunakan 2 dimensi yaitu perspektif ekonomi dan dimensi demografi. Dimensi ekonomi terdiri dari indikator pengalaman kerja, pengalaman kewirausahaan, pendidikan dan keterampilan serta waktu kerja. Dimensi demografi terdiri dari indikator jenis kelamin, jumlah anak, status perkawinan dan usia.

Kinerja menurut (Stolovitch and Keeps) merupakan seperangkat hasil yang dicapai dan merujuk pada tindakan pencapaian serta pelaksanaan sesuatu pekerjaan yang diminta. Kinerja bisnis terdiri dari empat aspek yaitu aspek keuangan, aspek produksi, aspek sumber daya manusia dan aspek pemasaran (Umar, 2005). Dalam penelitian ini yang digunakan hanya aspek pemasaran dan sumber daya manusia. Aspek pemasaran terdiri dari indikator produk yang dihasilkan, target pelanggan, penetapan harga, pemberian diskon, promosi, distribusi dan wilayah jangkauan distribusi. Aspek sumber daya manusia terdiri indikator dari jumlah karyawan tetap, pekerja tidak tetap dan jumlah jam kerja per hari.

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, yaitu jenis pengumpulan data untuk diuji hipotesis atau menjawab pertanyaan mengenai status terakhir dari subjek penelitian dengan menggunakan data yang diukur dalam skala numerik (angka). Tipe paling umum dari penelitian deskriptif ini meliputi penilaian sikap atau pendapat individu, organisasi, keadaan, ataupun prosedur (Kuncoro, 2003, p.8). Pendekatan kuantitatif dipilih karena jenis data yang digunakan berasal dari kuesioner, sehingga memerlukan metode kuantitatif untuk menghitung data tersebut secara tepat.

Menurut Kuncoro (2003) populasi adalah sekelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha sektor UMK di Jawa Timur

Menurut Sunyoto (2012) sampel adalah sebagian data yang merupakan objek yang diambil dari populasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 68 *entrepreneur* yang menjalankan UMK di Jawa Timur.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*. *Non probability sampling* adalah unsur-unsur dalam populasi tidak memiliki probabilitas yang melekat pada mereka yang terpilih sebagai subjek sampel. (Sekaran and Bougie, 2010).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: statistik deskriptif dan tabulasi silang. Statistik deskriptif adalah statistik yang membahas mengenai pengumpulan, pengolahan, penyajian serta penghitungan nilai-nilai dari suatu data lalu digambarkan ke dalam tabel atau grafik. (Sunyoto, 2012)

Tabulasi silang sekedar menampilkan kaitan antara dua atau lebih variabel, sampai dengan menghitung apakah ada hubungan antara baris dan kolom. Tabulasi silang menghasilkan tabel yang mencerminkan distribusi gabungan dua atau lebih variabel dengan jumlah kategori atau nilai pembeda yang terbatas.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif diketahui bahwa responden laki-laki sebanyak 36 orang (52,2%), sedangkan responden perempuan sebanyak 33 orang (47,8%). Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif diketahui bahwa mayoritas responden pada sektor informal berusia kurang dari 25 tahun.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dapat disimpulkan mayoritas status perkawinan dari responden adalah kawin dengan jumlah responden 40 (58,8%)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dapat disimpulkan mayoritas jumlah anak dari responden memiliki anak sebanyak 43 responden (55%).

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dapat disimpulkan mayoritas jenjang pendidikan dari mayoritas responden adalah lulusan perguruan tinggi dengan jumlah responden 37 (54,4%).

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dapat dilihat pengalaman bekerja yang sesuai maupun tidak sesuai memiliki persentase yang sama antara yang memiliki pengalaman bekerja maupun yang tidak memiliki pengalaman bekerja yang sesuai. Hasilnya sama yaitu 34 responden (50%)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dapat disimpulkan bahwa responden memiliki jumlah jam kerja lebih dari 36 jam per minggu (48,5%).

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif diketahui hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki keahlian atau keterampilan dalam bisnis yang dijalankan sebanyak 55 responden (80,9%) keterampilan dan keahlian tersebut membantu dalam menunjang usaha yang sekarang dilakukan.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif diketahui bahwa penghasilan per bulan awal berdiri para responden mayoritas kurang dari Rp 50.000.000 sebanyak 66 responden (97,1%)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif diketahui bahwa penghasilan per bulan saat ini para responden kurang dari Rp 17.000.000 sebanyak 67 responden (98,5%)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif diketahui bahwa besar modal per bulan awal berdiri para responden kurang dari Rp 20.000.000 sebanyak 66 responden (97,1%)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif diketahui bahwa besar modal per bulan saat ini para responden sektor informal kurang dari Rp 60.000.000 sebanyak 68 responden (100%)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif diketahui bahwa besar asset awal berdiri mayoritas kurang dari Rp 500.000.000 sebanyak 61 responden (89,7%)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif diketahui bahwa besar asset saat ini mayoritas kurang dari Rp 1.000.000.000 sebanyak 67 responden (98,5%)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif diketahui bahwa besar profit awal berdiri mayoritas kurang dari Rp 45.000.000 sebanyak 67 responden (98,5%)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif diketahui bahwa mayoritas responden memperoleh profit saat ini kurang dari Rp 250.000.000, yaitu sebanyak 67 responden (98,5%).

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas responden menghasilkan produk, yaitu sebanyak 63 responden (92,6%)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan antara belum ditetapkan dan sudah ditetapkan dalam penentuan target pelanggan karena persentase yang ada sama yaitu sebanyak 34 responden (50%) pada saat awal berdiri.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan antara belum ditetapkan dan sudah ditetapkan dalam penentuan target pelanggan pada saat ini karena persentase yang ada 58 responden yang sudah ditetapkan (85,3%). Terdapat peningkatan pada mempunyai responden dalam menentukan target pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dapat disimpulkan bahwa produk yang dihasilkan pada awal berdiri sudah ada di pasar sebanyak 50 responden (71%)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dapat disimpulkan bahwa produk yang dihasilkan saat ini sudah ada di pasar sebanyak 33 responden (48,5%)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dapat disimpulkan bahwa penetapan harga pada saat awal berdiri sesuai dengan biaya produksi 36 responden (52,9%)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dapat disimpulkan bahwa penetapan harga produk pada saat ini sesuai dengan biaya produksi sebanyak 39 responden (57,4%)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dapat disimpulkan bahwa pada saat awal berdiri banyak responden yang pernah memberikan diskon sebanyak 35 responden (51,5%)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dapat disimpulkan bahwa pada saat ini responden juga memberikan diskon dan mengalami penambahan responden sebanyak 2 responden yaitu 31(54,4%)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dapat disimpulkan bahwa pada saat usaha ini pada tahap awal berdiri banyak responden yang melakukan promosi dengan cara penjualan langsung (50%)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dapat disimpulkan bahwa pada saat usaha ini berada pada saat ini banyak yang melakukan promosi dengan cara penjualan langsung (44,1%) namun juga pada getok tular mengalami peningkatan juga sebesar (32,4%)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dapat disimpulkan bahwa banyak responden yang melakukan distribusi pada saat awal berdiri dengan cara ecer sendiri sebanyak 60 responden (88,2%)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dapat disimpulkan bahwa responden mengalami peningkatan pada distribusi yang lain dan tidak hanya pada ecer sendiri ada peningkatan pada pengecer, perantara, agen dan distributor.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dapat disimpulkan bahwa responden pada saat awal berdiri banyak yang jangkauannya kota yaitu sebanyak 38 responden (55,9%)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dapat disimpulkan bahwa responden pada saat ini banyak mengalami penyebaran jangkauan wilayah yang dulu pada saat awal berdiri banyak yang kota namun saat ini kota 31 (45,6%) dan mengalami peningkatan pada antar kota 12 (17,6%)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dapat disimpulkan besaran upah yang diberikan pada tenaga kerja pada awal usaha berdiri banyak yang dibawah UMK sebanyak 41 responden (60,3%)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dapat disimpulkan besaran upah yang diberikan pada tenaga kerja saat ini sebanyak 36 responden (52,9%) memberikan sesuai UMK.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dapat disimpulkan bahwa pada saat usaha dalam tahap awal berdiri jumlah karyawan pria tidak tetap sebanyak 58 responden (85,3%)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dapat disimpulkan bahwa pada saat usaha dalam tahap awal berdiri jumlah karyawan wanita tidak tetap sebanyak 61 responden (89,7%)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dapat disimpulkan bahwa pada saat usaha dalam tahap saat ini jumlah pekerja pria tidak tetap saat ini sebanyak 56 responden (82,4%)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dapat disimpulkan bahwa jumlah pekerja wanita tidak tetap saat ini sebanyak 59 responden (86,8%)

Tabel 1. Tabulasi Silang Antara Indikator Jenjang Pendidikan Dengan Indikator Penentuan Target Pelanggan Pada Saat Ini

		Penentuan target pelanggan pada saat ini		Total
		belum ditetapkan	sudah ditetapkan	
Jenjang pendidikan	SD	0	3	3
	SMP	0	4	4
	SMA	6	18	24
	Perguruan Tinggi	4	33	37
Total		10	58	68

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel 1 tabulasi silang antara jenjang pendidikan dan penentuan target pelanggan saat ini dapat disimpulkan bahwa pengusaha sudah melakukan penentuan target pelanggan sebanyak 33 responden dan yang sudah melakukan penentuan target mereka yang jenjang pendidikannya perguruan tinggi.

Tabel 2. Tabulasi Silang Antara Indikator Jenjang Pendidikan Dengan Indikator Promosi Pada Saat Ini

		Promosi pada saat ini					Total
		getok tular	iklan	promosi penjualan	Publisitas	penjualan langsung	
Jenjang pendidikan	SD	0	0	0	0	3	3
	SMP	1	1	1	0	1	4
	SMA	6	1	3	0	14	24
	Perguruan Tinggi	15	3	6	1	12	37
Total		22	5	10	1	30	68

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel 2 tabulasi silang antara jenjang pendidikan dan melakukan promosi kebanyakan yang memilih promosi getok tular sebanyak 15 responden adalah mereka yang jenjang pendidikannya perguruan tinggi dan penjualan langsung sebanyak 12 juga mereka yang perguruan tinggi.

Tabel 3. Tabulasi Silang Antara Indikator Kelompok Usia Dengan Indikator Harga Pada Saat Ini

	Harga pada saat ini		Total
	sesuai pasar	sesuai biaya produksi	
Kelompok Usia kurang dari 25 th	6	13	19
25 - 35 th	5	11	16
36 - 45 th	3	8	11
46 - 55 th	11	3	14
lebih dari 55 th	4	4	8
Total	29	39	68

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel 3 tabulasi silang antara kelompok usia dan harga pada saat ini mayoritas responden yang berusia kurang dari 25 tahun banyak memilih menggunakan harga produksi sedangkanyang berusia 46-55 tahun banyak memilih menggunakan harga pasar.

Tabel 4. Tabulasi Silang Antara Indikator Kelompok Usia Dengan Indikator Promosi Pada Saat Ini

	Promosi pada saat ini					Total
	getok tular	iklan	promosi penjualan	publisitas	penjualan langsung	
Kelompok Usia kurang dari 25 th	4	3	5	0	7	19
25 - 35 th	8	1	1	0	6	16
36 - 45 th	4	0	1	0	6	11
46 - 55 th	5	1	2	1	5	14
lebih dari 55 th	1	0	1	0	6	8
Total	22	5	10	1	30	68

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel 4 tabulasi silang antara kelompok usia dan promosi saat ini responden yang berusia kurang dari 25 tahun banyak yang melakukan promosi dengan cara penjualan langsung sedangkan responden yang berusia 25-35 tahun melakukan promosi dengan cara getok tular.

Tabel 5. Tabulasi Silang Antara Indikator Kelompok Usia Dengan Indikator Distribusi Pada Saat Ini

	Distribusi pada saat ini					Total
	ecer sendiri	Pengecer	Perantara	agen	distributor	
Kelompok Usia kurang dari 25 th	14	2	2	1	0	19
25 - 35 th	15	0	0	1	0	16
36 - 45 th	9	0	1	1	0	11
46 - 55 th	8	1	1	0	4	14
lebih dari 55 th	8	0	0	0	0	8
Total	54	3	4	3	4	68

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel 5 tabulasi silang antara kelompok usia dan distribusi saat ini dapat disimpulkan bahwa responden yang berusia kurang dari 25 tahun ataupun yang berusia antara 25-35 tahun banyak yang menggunakan cara ecer sendiri.

Kesimpulan

Kesimpulan:

1. Mayoritas pemilik usaha mikro dan kecil adalah laki-laki, berusia kurang dari 25 tahun, kawin, memiliki anak mayoritas jenjang pendidikan perguruan tinggi serta memiliki pengalaman yang sesuai, waktu kerja lebih dari 36 jam dan memiliki keterampilan

2. Pemilik usaha mikro dan kecil, memiliki penghasilan awal berdiri kurang dari lima puluh juta rupiah dan penghasilan saat ini kurang dari tujuh belas juta rupiah, modal awal berdiri kurang dari dua puluh juta rupiah dan modal saat ini kurang dari enam puluh juta rupiah, asset awal berdiri kurang dari lima ratus juta rupiah dan asset saat ini kurang dari satu milyar rupiah, profit awal berdiri kurang dari empat puluh lima juta rupiah dan asset saat ini kurang dari dua ratus lima puluh juta rupiah dan mayoritas berjenis usaha produk.

3. Dari hasil tabulasi silang antara jenjang pendidikan dan penentuan target pelanggan saat ini, mayoritas yang sudah menetapkan mereka yang SMA dan perguruan tinggi. Jenjang pendidikan dan promosi saat ini mayoritas menggunakan getok tular. Usia dan harga saat ini mayoritas yang berusia antara 25-35 tahun menggunakan biaya produksi dan usia 46-55 menggunakan harga pasar. Usia dan promosi saat ini mayoritas mereka yang berusia kurang dari 25 tahun menggunakan cara penjualan langsung dan usia dengan distribusi saat ini mayoritas yang berusia 25-35 tahun dengan ecer sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Danang Sunyoto. (2012) *Dasar-Dasar Statistika Ekonomi*. Jakarta: PT. Buku Seru
- Heinrichs, Simon, Walter, Sascha (2013). *Who becomes an entrepreneur? A 30 years review of individual level research and an agenda for future research*. www.econstor.eu
- Kuncoro, M. (2003). *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi: Bagaimana meneliti dan menulis tesis?*. Jakarta: Erlangga
- UGM, 22 Maret 2013, *Peran Sektor Informal*. Retrieved from <http://www.ugm.ac.id/index.php?page=rilis&artikel=322>
- Umar, Husein. (2005). *Evaluasi Kinerja Perusahaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sekaran, U., Bougie, R. (2010). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach, five ed*. United Kingdom: John Wiley & Sons, Ltd
- Shane, SA. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship, the individual opportunity nexus*, Edward Elgar Publishing 61-62
- Veithzal Rivai dan Ahmad Fawzi Mohd. Basri. (2005). *Performance appraisal*. Jakarta: PT RajaGrafindoPersada
- Wuryanano. 22 Maret 2013. *Rahasia Kekuatan Entrepreneur Sukses*. Retrieved From <http://www.wuryanano.com/2009/02/24/rahasia-kekuatan-entrepreneur-sukses/>