

Pengaruh Jumlah Tenaga Kerja, Modal Usaha dan Bauran Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Sentra Batik Kota Pekalongan

Dina Sofia Aprilia¹, Inaya Sari Melati²

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

DOI: <https://doi.org/10.31331/jeeec.v2i1.1728>

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Disubmit: 5 Juni 2021
Direvisi: 7 Juni s/d 15
Juni 2021
Disetujui: 20 Juni 2021

Keywords:

management, acceptance of new students

Abstrak

Keberhasilan usaha merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan di mana segala aktivitas yang ada di dalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. Populasi dalam penelitian ini-adalah adalah seluruh pengusaha batik di Kelurahan Kradenan Kota Pekalongan. Jumlah sampel sebanyak 45 responden dengan teknik penentuan sampel jenuh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) jumlah tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, (2) modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, (3) bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, (4) jumlah tenaga kerja, modal usaha, dan bauran pemasaran secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan. Berdasarkan hasil penelitian-dapat disimpulkan bahwa jumlah tenaga kerja, modal usaha, dan bauran pemasaran mampu meningkatkan-keberhasilan usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sentra Batik Di Kelurahan Kradenan, Kota Pekalongan.

Kata Kunci: tenaga kerja, modal usaha, bauran pemasaran, keberhasilan usaha

Abstract

Business success is the main goal of a company in which all activities in it are aimed at achieving success. The population in this study were all batik entrepreneurs in Kradenan Village, Pekalongan City. The number of samples was 45 respondents with saturated sampling technique. This study uses a quantitative approach with data collection methods using a questionnaire. The data analysis method used was descriptive analysis and multiple regression analysis through the SPSS Version 21 program. The results showed that (1) the number of workers had a positive and significant effect on business success, (2) business capital had a positive and significant effect on business success, (3) the marketing mix had a positive and significant effect on business success, (4) the number of workers, business capital, and marketing mix simultaneously have a positive and significant effect on success. Based on the research results, it can be concluded that the number of workers, business capital, and marketing mix can increase the success of the business at the Batik Center Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) in Kradenan Village, Pekalongan City.

Keywords: labor, bussines capital, marketing mix, bussines success

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu prioritas pengembangan Usaha Mikro dan Kecil Menengah (UMKM) dalam pembangunan ekonomi nasional. Dalam perkembangannya UMKM merupakan tulang punggung system ekonomi kerakyatan yang tidak hanya ditujukan untuk mengurangi masalah pendapatan, kesenjangan antar golongan dan antar pelaku usaha, maupun pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja. Hal ini membuat pengembangannya mampu memperluas bisnis ekonomi dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempercepat perubahan struktural, yaitu meningkatnya ketahanan ekonomi nasional dan perekonomian daerah. UMKM merupakan usaha kreatif yang memiliki berbagai macam bidang usaha dalam perekonomian di Indonesia. UMKM menjadi pilihan pada PHK di perusahaan-perusahaan besar di Indonesia saat itu.

Berdasarkan (dpr.go.id) Panitia Kerja Penguatan Ekonomi Kreatif (Panja Ekraf) Komisi X DPR RI menemukan sejumlah permasalahan yang ada di Indonesia, terkait sektor ekonomi kreatif, khususnya di sektor batik. Abdul Fikri Faqih Wakil Ketua Komisi X DPR RI mengatakan, efek pandemi Covid-19 yang hingga kini belum diketahui kapan berakhirnya, tidak hanya membawa dampak pada pelemahan pertumbuhan ekonomi secara global, namun juga melumpuhkan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia. Dan bagi pengusaha industri batik hal ini dapat menghambat keberhasilan usaha. Permasalahan masih dihadapi oleh industri batik saat ini. Hal itu antara lain fluktuasi dan ketersediaan bahan baku, berkurangnya tenaga pembatik, dan kendala pemasaran. Berbagai kendala yang di hadapi saat ini antara lain ketersediaan harga bahan baku dan fluktuasi. Dalam hal ini sering kali, kenaikan harga bahan baku melebihi kenaikan harga jual produk batik.

Tenaga kerja merupakan salah satu faktor yang sangat penting bahkan tidak dapat lepas dari sebuah organisasi untuk mencapai keberhasilan usaha, dalam institusi maupun perusahaan. Tenaga kerja yang dipekerjakan di sebuah organisasi sebagai, pemikir, penggerak untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya manusia yang berkualitas mampu membuat tujuan perusahaan cepat tercapai. Joesron (2005) yang menyatakan kualitas tenaga kerja adalah potensi, kekuatan atau kemampuan yang ada dalam diri manusia yang menentukan sikap dan kualitas manusia untuk dapat berprestasi dan menjadikan organisasinya tetap hidup dan berjalan.

Sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan seperti metode, modal dan mesin tidak bisa memberikan hasil yang optimum apabila tidak didukung oleh sumber daya manusia yang mempunyai kinerja yang optimum. Karena hal itu aset terpenting perusahaan merupakan sumber daya manusia karena perannya sebagai subyek pelaksana kebijakan dan kegiatan operasional perusahaan. Hartatik (2014) menyatakan bahwa pelatihan dan pengembangan sering dilakukan oleh para rekrutmen atau tenaga kerja baru maupun yang sudah lama sebagai upaya peningkatan kinerja karyawan. Pemerintah perlu mengembangkan Usaha Kecil Menengah yang disertai pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM), karena Sumber Daya Manusia merupakan faktor terpenting suatu perusahaan selain faktor modal. Oleh karena itu Sumber Daya Manusia harus dikelola dengan baik untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi perubahan tersebut. Kualitas Sumber Daya Manusia sangat berperan penting terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah sebagian besar Usaha Mikro Kecil Menengah tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha yang turun menurun. Sumber Daya Manusia perlu dikembangkan dengan cara mengembangkan kompetensinya untuk meningkatkan produktivitas yang didukung dengan perkembangan teknologi, mengingat bahwa tidak sedikit para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah masih menggunakan cara-cara sederhana baik dalam penggunaan teknologi dan pemasarannya masih sangat terbatas. Dengan mengembangkan teknologi tentunya pelaku usaha harus mempunyai modal usaha.

Modal usaha diartikan sebagai dana yang digunakan untuk menjalankan usaha dan agar usaha tetap berlangsung menurut Agustina (2015: 57). Modal kerja adalah modal yang harus

dikeluarkan untuk membeli atau membuat barang dagangan. Dalam berwirausaha modal dapat diartikan dari berbagai segi yaitu pada prinsipnya dalam menjalankan usaha hanya ada 3 jenis modal yang dikeluarkan yaitu modal investasi awal, modal kerja, dan modal operasional. Modal kerja ini bisa dikeluarkan setiap bulan, atau setiap datang pesanan (*order*). Pada prinsipnya tanpa modal kerja, pesanan (*order*) tidak dapat terselesaikan atau tidak ada barang dagang yang diperdagangkan.

Hal tersebut relevan-dengan hasil penelitian Eka Putri dan Yoyok Soesatyo (2015) bahwa terdapat pengaruh signifikan antara modal dan keberhasilan usaha. Hasil penelitian bahwa Modal usaha juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha karena hal tersebut perlu mendapat-perhatian sehingga hasil penelitian bahwa modal usaha mempunyai pengaruh yang paling dominan, UMKM memerlukan kemudahan untuk mendapatkan modal khususnya UMKM dalam penelitian Endang Purwanti-(2012). Sedangkan penelitian yang dilakukan Alfina Dewi Ratnasari (2017) hasil penelitian menunjukkan variabel modal usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Dalam keberhasilan usaha Manajemen pemasaran sangat berperan penting. Manajemen pemasaran merupakan salah satu kegiatan utama dari perusahaan untuk mempertahankan-kelangsungan perusahaannya, dalam berkembang serta mendapatkan-keuntungan-dari kegiatan pertukaran,-Dharmmesta & Handoko-(1982). Proses pemasaran itu dimulai jauh sebelum barang-barang diproduksi, dan tidak berakhir dengan penjualan. Dalam kegiatan pemasaran perusahaan juga harus memberikan kepuasan terhadap konsumen agar usaha yang di kembangkan dapat berjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang lebih baik terhadap perusahaan.

Rangkaian tugas manajemen pemasaran adalah bagaimana memadukan *marketing mix* dengan lingkungan internal perusahaan-dan lingkungan eksternal perusahaan. Kemampuan adaptasi manajemen pemasaran baik dengan lingkungan internal dan eksternalnya akan-membawa perusahaan memenangkan persaingan dan terus memimpin pasar.-*American Marketing Association (AMA)* mendefinisikan pemasaran sebagai suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai-kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya (Kotler dan Keller, 2009). Pemasaran merupakan penyampaian kebutuhan-kebutuhan hidup individu. Hal ini berkaitan dengan mengidentifikasi apa yang diinginkan oleh pelanggan, kemudian merencanakan dan mengembangkan produk maupun jasa untuk memuaskan kebutuhan serta bagaimana penetapan harga, promosi, saluran distribusi yang tepat. Tujuan sebuah bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan yang menekankan pada dua aspek yaitu mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan mengelola bisnis untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Joshi, 2012). Maka dapat disimpulkan bahwa inti dari pemasaran (*marketing*) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah “memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan”.

Sebagian orang sering salah dengan menyamakan pemasaran sering disamakan penjualan. Penjualan (*selling*) adalah tujuan internal dari sebuah bisnis. Penjualan lebih ditekankan pada transaksi, maka merupakan bagian dari kegiatan pemasaran. Ruang lingkup pemasaran lebih luas dan lebih bersifat dinamis.

Indonesia sendiri mempunyai produk-unggulan yang sangat mendunia yaitu batik, batik mempunyai karakteristik yang sangat khusus seperti motifnya, sejarahnya, dan warna batiknya. Batik juga merupakan karya seni budaya bangsa Indonesia yang dikagumi dunia dan harus dilestarikan dan-dibudayakan. Usaha batik merupakan usaha turun-temurun dari generasi ke generasi sejak abad XVII, dan pada tanggal 2 Oktober 2009 telah mendapat pengakuan dari badan PBB yaitu UNESCO (*United Nation Educational Scientific and Cultural-Organisation*) sebagai *The Intangible cultural heritage* pengakuan tersebut karena batik dari Indonesia mampu merefleksikan aspek *oral traditional, social customs* dan *traditonal handcraft*.

Batik di Indonesia dibuat di berbagai daerah dan memiliki motif yang berbeda di mana motifnya menampilkan ciri khas dari masing-masing daerah tempat batik tersebut berasal. Bisa dibayangkan-khazanah budaya bangsa Indonesia yang demikian kaya telah mendorong lahirnya berbagai corak dan jenis batik tradisional dengan ciri kekhususannya sendiri. Ditambah dengan adanya pasar tunggal masyarakat ASEAN akan mengakibatkan tergerusnya batik dalam negeri karena akan banyak produk-produk luar negeri yang akan membanjiri pasar domestik. Selain memenuhi kebutuhan sandang dalam-negeri juga berperan penting menggerakkan perekonomian nasional. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Batik telah berkembang menjadi usaha yang ramah lingkungan seiring semakin meningkatnya penggunaan zat warna alam pada kain yang digunakan. Hal ini juga menjadikan batik sebagai produk yang bernilai ekonomi tinggi. Data Kementerian Koperasi dan UKM menyebutkan bahwa Usaha Kecil dan Menengah (UKM) batik nasional pada tahun 2018 mencapai Rp 826,27 miliar dengan negara tujuan utama Jepang, Amerika Serikat, Eropa, Korea, China, dan Belgia. Hal tersebut menunjukkan bahwa Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Batik memiliki peran penting bagi penggerak-perekonomian nasional melalui penumbuhan wirausaha dan penyedia lapangan kerja. Di Indonesia Pulau Jawa menjadi daerah penghasil-sentra batik yang paling terkenal dan mempunyai ciri khas di masing-masing daerahnya. Menurut situs resmi www.databoks.katadata.co.id berikut rekapitulasi-Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) penghasil batik di Pulau Jawa.

Tabel 1. Rekapitulasi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Penghasil Batik di Pulau Jawa

Provinsi	Jumlah Usaha (Unit)	Tenaga Kerja (Orang)
Jawa Tengah	1.201	4.167
Jawa Timur	1.010	3.876
Jawa Barat	550B	3.450

Sumber : www.databoks.katadata.co.id (2018)

Berdasarkan Tabel 1 Provinsi Jawa Tengah merupakan provinsi yang memiliki jumlah usaha batik dan tenaga kerja terbesar di Indonesia, jumlah usaha mencapai 1.201 unit dengan-penyerapan-tenaga kerja sebesar 4.167 orang. Selanjutnya provinsi Jawa Timur dengan jumlah usaha mencapai 1.010 unit dengan penyerapan tenaga kerja sebesar 3.876-orang. Sedangkan Jawa Barat masih tertinggal oleh Jawa Tengah dan Jawa-timur dengan jumlah usaha mencapai 550 unit dan-penyerapan tenaga kerja-sebesar 3.450 orang.

Provinsi Jawa Tengah menempati posisi pertama dengan jumlah usaha dan tenaga kerja terbanyak dalam industri batik. Di Jawa Tengah terdapat banyak daerah penghasil batik dengan corak khasnya masing-masing. Berikut data jumlah pengusaha batik Dinas-Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa-Tengah Tahun 2018.

Tabel 2. Jumlah Pengusaha Batik di Sentra Produksi Batik Jawa Tengah 2017

Kota/ Kabupaten	Jumlah UMKM	Produksi (unit)	Jangkauan Pemasaran
Kota Pekalongan	294	12.487.800	Nasional
Kab. Kendal	173	19.320	Provinsi
Kota Surakarta	95	5.546.380	Nasional
Kab. Tegal	60	25.104	Dalam
Kab. Karanganyar	59	5.814	Dalam
Kab. Rembang	57	22.950	Nasional
Kota Semarang	40	6.408	Kota

Sumber: Dinas-Koperasi dan Usaha Mikro Provinsi Jawa Tengah, 2017 (diolah)

Berdasarkan pada Tabel 2 menunjukkan jumlah UMKM batik di Jawa tengah Kota Pekalongan menempati posisi pertama sebagai kota dengan jumlah UMKM terbanyak dengan produksi sebesar 12.487.800 unit dengan jangkauan pemasaran se-Indonesia. Angka ini sangat besar jika dibandingkan dengan daerah penghasil batik lainnya di Jawa tengah. Terdapat selisih yang sangat jauh dengan Kota Semarang dengan jumlah UMKM terendah sebesar 40 dan hanya dengan jangkauan di dalam kota saja.

Hal ini menunjukkan bahwa gerak roda-perekonomian di Kota Pekalongan sangat dipengaruhi oleh industri batik, sehingga batik mempunyai peranan yang sangat penting dalam mendorong-pertumbuhan ekonomi dan menggiatkan kembali sektor-riil UMKM masyarakat-yang mempunyai daya lentur dalam menghadapi berbagai guncangan-krisis ekonomi. Berikut adalah data perkembangan sentra UMKM Batik di Kota Pekalongan.

Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekalongan tahun 2018 Kelurahan Kradenan mengalami penurunan yang signifikan dibandingkan dengan sentra-sentra UMKM Batik lainnya, dibuktikan dengan penurunan jumlah unit usaha dan jumlah tenaga kerja pada setiap tahun dibandingkan dengan sentra UMKM Batik lainnya. menurut Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekalongan hanya pada batik sentra Kelurahan Kradenan yang mengalami penurunan secara signifikan dalam hal jumlah unit dan tenaga kerja. Hal ini menunjukkan bahwa sentra batik di Kelurahan Kradenan tidak sesuai dengan konsep teori keberhasilan usaha yang seharusnya menunjukkan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul dari pada masa sebelumnya. Dari hal tersebut menjadi bahan peneliti yang perlu dikaji lebih mengenai keberhasilan UMKM Batik di Kelurahan Kradenan Kota Pekalongan. Oleh karena itu peneliti memilih tempat penelitian di Kelurahan Kradenan Kota Pekalongan. Berdasarkan data dari pekalongankab.go.id-sebanyak 99,97 persen unit usaha di Kabupaten Pekalongan merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan menyerap 93% tenaga kerja. Sedangkan dari-jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada, 81 persen masuk kategori usaha kerajinan. Usaha Mikro Kecil Menengah memberikan-kontribusi yang cukup tinggi bagi perekonomian nasional maupun daerah. Permasalahan-sejumlah Usaha-Mikro Kecil Menengah di antaranya lemahnya struktur permodalan, yang jumlahnya mencapai 35%, permasalahan terhadap akses pemasaran 34%, rendahnya kualitas sumber daya manusia 6,83%,-serta permasalahan terkait kualitas produk yaitu sebanyak-22,7%.

Pemerintah perlu mengembangkan Usaha Kecil Menengah yang disertai pengembangan Sumber Daya Manusia, karena Sumber Daya-Manusia merupakan faktor terpenting suatu perusahaan selain faktor modal. Oleh karena itu Sumber Daya Manusia harus-dikelola dengan baik untuk meningkatkan-efektivitas dan efisiensi perubahan-tersebut. Kualitas Sumber Daya Manusia sangat berperan penting terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah sebagian besar Usaha Mikro Kecil Menengah tumbuh-secara tradisional dan-merupakan usaha yang turun temurun. Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan-dengan salah satu pengrajin batik di-Kelurahan Kradenan diketahui bahwa pengrajin batik kesulitan untuk mendapatkan tenaga kerja yang berkualitas karena-banyak orang yang memilih bekerja di pabrik daripada menjadi pengrajin batik sehingga Sumber Daya Manusia atau tenaga kerja di Kelurahan Kradenan masih rendah hal tersebut dikarenakan belum dapat melakukan pengelolaan manajemen dengan baik karena kualitas sumber daya manusia yang masih rendah dan pengelolaan manajemen yang rendah menyebabkan terjadinya penurunan keberhasilan usaha batik tersebut.

Permasalahan selanjutnya yang dialami Kelurahan Kradenan adalah modal usaha. Menurut salah satu pengrajin batik di Kelurahan Kradenan permodalan menjadi salah satu kendala saat ini di samping karena terdapat dampak Covid-19 yang menghambat pemasaran, pengrajin juga enggan meminjam dana kepada lembaga formal dikarenakan banyaknya persyaratan administrasi. Modal usaha merupakan faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan produksi. Modal usaha menurut Prawirosoentono (2007) merupakan-kekayaan yang dimiliki perusahaan yang dapat menghasilkan keuntungan pada waktu yang akan datang, dan dinyatakan dalam-nilai uang.

Permasalahan lain yang dihadapi pengrajin batik-di Kelurahan Kradenan yaitu berkurangnya tenaga kerja khususnya tenaga kerja dengan pendidikan minimal setara SMA dari tahun ke tahun yang disebabkan para pemuda baik perempuan maupun laki-laki memilih menjadi buruh pabrik dari pada buruh batik. Hal ini dikarenakan kompensasi buruh batik yang rendah dibandingkan buruh pabrik, sehingga bisa dijabarkan bahwa pengrajin batik yang ada di Kelurahan Kradenan belum cukup pengetahuan untuk melakukan pemasaran dari produk mereka karena kurangnya tenaga kerja berpendidikan Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pengusaha di sana banyak Tenaga kerja merupakan penduduk yang telah masuk dalam usia kerja.

Dalam mempunyai usaha harus ada strategi pemasaran yang sudah di rencanakan sejak dini dan matang sehingga membuat pengrajin batik tidak kesulitan untuk memasarkan produk dari hasil yang mereka hasilkan, karena dunia pemasaran sekarang sudah sangat bersaing ketat dengan produk dari luar negeri maupun dalam negeri dan yang ada di Kelurahan Kradenan ini terjadi permasalahan yang sangat besar dari hasil data di atas menunjukkan bahwa setiap tahun terjadi penurunan jumlah unit usaha dan jumlah tenaga kerja yang sangat signifikan

Berdasarkan permasalahan-permasalahan di atas dapat disimpulkan bahwa keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah batik di Kelurahan Kradenan dipengaruhi beberapa faktor di antaranya sumber daya manusia, modal usaha, strategi pemasaran. Maka peneliti berniat untuk mengidentifikasi **Pengaruh Jumlah Tenaga Kerja, Modal Usaha dan Bauran Pemasaran terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah Batik di Kelurahan Kradenan.**

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kausalitas yang menghubungkan sebab akibat antar variabel. Data dalam penelitian ini di ambil menggunakan angket sebagai instrumen dan menggunakan skala likert. Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengrajin UMKM batik di Desa Kradenan Kota Pekalongan yang berjumlah 45 orang. Sampel dalam penelitian ini, melihat dari jumlah populasi sebanyak 45 orang dan kurang dari 100, sehingga peneliti memutuskan untuk menjadikan semua anggota populasi dijadikan sampel. Variabel dalam penelitian ini meliputi keberhasilan usaha (Y), jumlah tenaga kerja (X1) modal kerja (X2) dan bauran pemasaran (X3). Metode analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang diperoleh dari pengisian instrument kuesioner oleh responden dianalisis menggunakan statistic deskriptif. Variabel – variabel yang akan dijelaskan antara lain jumlah tenaga kerja, modal usaha, bauran pemasaran, keberhasilan usaha.

Tabel 3. Statistik Deskriptif Variabel –Variabel Penelitian

	Minimum	Maximum	Mean
Keberhasilan Usaha	29	45	35.22
Jumlah Tenaga Kerja	5	20	9.89
Modal Usaha	13	24	18.07
Bauran Pemasaran	40	58	47.00

Sumber: Data Penelitian, diolah 2020

Berdasarkan uji statistik deskriptif pada Tabel 3 dengan menggunakan bantuan IBM SPSS 21 diperoleh hasil pada variabel keberhasilan usaha dengan 3 indikator dan 9 butir pernyataan,

dengan nilai terendah adalah 29 sedangkan nilai tertinggi 45 dengan nilai rata-rata 35,22 dan standar deviasi 4,134. Variabel jumlah tenaga kerja dengan nilai terendah 5 sedangkan nilai tertinggi 20 dengan rata-rata 9,89 dan standar deviasi 3,332. Variabel modal usaha dengan 2 indikator dan 5 butir pernyataan, dengan nilai terendah adalah 13 sedangkan nilai tertinggi 24 dengan rata-rata 18,07 dan standar deviasi 3,194. Variabel bauran pemasaran dengan 4 indikator dan 12 butir pernyataan, nilai terendah 40 sedangkan nilai tertinggi 58 dan rata-rata 47,00 dan standar deviasi 5,086.

Secara lebih rinci mengenai analisis deskriptif masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Perhitungan Deskriptif Variabel Modal Usaha

Interval	Frekuensi	Persentase	Kriteria
22 – 25	5	11,1%	Sangat Tinggi
18 – 21	23	51,1%	Tinggi
14 – 17	13	28,9%	Sedang
10 – 13	4	8,9%	Rendah
6 – 9	0	0%	Sangat Rendah
Jumlah	45	100%	
Kriteria			

Sumber: Data Penelitian, diolah 2021

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa pelatihan yang didapatkan oleh para pengrajin batik memiliki frekuensi terbesar yaitu sebanyak 51,1% atau 23 orang dengan jumlah skor antara 18 – 21. Hal ini berarti bahwa variabel modal usaha termasuk dalam kriteria tinggi.

Tabel 5. Hasil Perhitungan Deskriptif Variabel Bauran Pemasaran

Interval	Frekuensi	Persentase	Kriteria
51 – 60	15	33,3%	Sangat Tinggi
41 – 50	27	60%	Tinggi
31 – 40	2	4,5%	Sedang
21 – 30	1	2,2%	Rendah
11 – 20	0	0%	Sangat Rendah
Jumlah	45	100%	
Kriteria			

Sumber: Data Penelitian, diolah 2021

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai rata-rata untuk variabel bauran pemasaran adalah 47,00 yang artinya tanggapan responden terhadap variabel bauran pemasaran tergolong dalam kriteria tinggi. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel bauran pemasaran pada pengusaha industri batik di Kelurahan Kradenan Kota Pekalongan tergolong tinggi.

Tabel 6. Hasil Perhitungan Deskriptif Variabel Keberhasilan Usaha

Interval	Frekuensi	Persentase	Kriteria
39 – 45	15	33,3%	Sangat Tinggi
32 – 38	15	33,3%	Tinggi
25 – 31	13	28,9%	Sedang
18 – 24	2	4,5%	Rendah
11 – 17	0	0%	Sangat Rendah
Jumlah	45	100%	
Kriteria			

Sumber: Data Penelitian, diolah 2021

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai indeks untuk variabel keberhasilan usaha adalah 35,22 yang artinya tanggapan responden terhadap keberhasilan usaha tergolong dalam kriteria tinggi sesuai dengan interval keberhasilan usaha. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel keberhasilan usaha pada pengusaha industri batik di Kelurahan Kradenan Kota Pekalongan tergolong tinggi.

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang bersangkutan berdistribusi normal atau tidak. Pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansi yakni jika signifikansi $> 0,05$ maka data penelitian tersebut berdistribusi normal. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka data penelitian tersebut tidak berdistribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS 21. Nilai signifikansi kolmogorov-smirnov dengan keberhasilan usaha sebagai variabel dependen adalah 0,656 dan signifikansi 0,783 yang berarti $> 0,05$ sehingga data residual berdistribusi normal maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Uji linearitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak, dengan taraf signifikansi. Hasil perhitungan variabel keberhasilan usaha terhadap jumlah tenaga kerja adalah 0,729 lebih besar dari 0,05. Sedangkan nilai Deviation from Linearity Sig. pada variabel keberhasilan usaha terhadap modal usaha adalah 0,482 lebih besar dari 0,05. Dan nilai Deviation from Linearity Sig. variabel keberhasilan usaha dan bauran pemasaran adalah 0,366 lebih besar dari 0,05. Sehingga kesimpulannya model regresi bermodel linear.

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Cara untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah dengan melihat nilai Tolerance dan VIF. Apabila nilai Tolerance $\geq 0,10$ dan VIF ≤ 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas.

Hasil uji multikolinearitas dengan keberhasilan usaha sebagai variabel dependen menunjukkan bahwa variabel jumlah tenaga kerja, modal usaha dan keberhasilan usaha menunjukkan nilai tolerance masing – masing sebesar 0,903, 0,690, dan 0,733 dengan nilai VIF masing masing sebesar, 1,108, 1,449 dan 1,365,

Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam regresi.

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi dalam penelitian terjadi ketidaksamaan variance residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam penelitian ini, uji heterokedastisitas dilakukan dengan melakukan uji gletser dengan bantuan aplikasi SPSS 21. Pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansi, jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi heterokedastisitas, sebaliknya jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heterokedastisitas. Hasil uji heterokedastisitas dengan keberhasilan usaha sebagai variabel dependen menunjukkan variabel jumlah tenaga kerja, modal usaha dan bauran pemasaran memperoleh hasil masing – masing yakni 0,786, 0,720 dan 0,196. Artinya nilai signifikansi pada masing-masing variabel lebih dari 0,05, sehingga model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji parsial atau uji t merupakan suatu pengujian yang bertujuan untuk mengetahui koefisien regresi (dari masing-masing variabel independen) signifikansi atau tidak. Dengan melakukan uji t dapat diketahui seberapa jauh variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian ini uji t dilakukan dengan melihat nilai signifikansi t dari masing-masing variabel pada output SPSS level 0,05 ($\alpha=5\%$).

Tabel 7. Hasil Uji Regresi dengan Keberhasilan Usaha sebagai Variabel Dependen

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.548	4.360		.584	.562
1 Jumlah Tenaga Kerja (X1)	.407	.121	.448	3.358	.002
Modal Usaha (X2)	.204	.095	.249	2.152	.037
Bauran Pemasaran (X3)	.198	.117	.234	1.695	.048

a. *Dependent Variable:* Keberhasilan Usaha (Y)

Sumber: Data Penelitian diolah tahun 2021

Pada Tabel 7 diperoleh persamaan regresi dengan menggunakan rumus di atas sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

$$Y' = 2,548 + (0,407) X_1 + (0,204) X_2 + (0,198) X_3 + e_1$$

Konstanta sesuai dengan hasil output di atas adalah 2,548 yang berarti jika jumlah tenaga kerja (X1), modal usaha (X2), dan bauran pemasaran (X3) nilainya adalah 0, maka keberhasilan usaha (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 2,548 dengan asumsi variabel dianggap tetap.

Nilai koefisien regresi variabel jumlah tenaga kerja sebesar 0,407 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel jumlah tenaga kerja mengalami kenaikan 1% maka keberhasilan usaha (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,407. Koefisien bernilai positif antara variabel jumlah tenaga kerja dan keberhasilan usaha artinya terjadi hubungan positif antara jumlah tenaga kerja dan keberhasilan usaha, semakin naik jumlah tenaga kerja maka akan semakin naik keberhasilan usaha.

Nilai koefisien regresi variabel modal usaha sebesar 0,204 artinya jika variabel independen lainnya tetap dan variabel modal usaha mengalami kenaikan 1% maka variabel keberhasilan usaha (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,204. Koefisien bernilai positif artinya hubungan positif antara modal usaha dengan keberhasilan usaha, semakin naik modal usaha maka semakin naik keberhasilan usaha.

Nilai koefisien regresi variabel bauran pemasaran sebesar 0,198 yang artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel bauran pemasaran (X3) mengalami kenaikan 1% maka variabel keberhasilan usaha (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,198. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pemasaran dengan keberhasilan usaha, semakin naik pemasaran maka semakin naik keberhasilan usaha

Tabel 8. Hasil Uji t dengan Keberhasilan Usaha sebagai Variabel Dependen

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.548	4.360		.584	.562
1 JumlahcTenaga Kerja (X1)	.407	.121	.448	3.358	.002
Modal Usaha (X2)	.204	.095	.249	2.152	.037
Bauran Pemasaran (X3)	.198	.117	.234	1.695	.048

a. *Dependent Variable:* Keberhasilan Usaha (Y)

Sumber: Data penelitian yang diolah 2021

Berdasarkan Tabel output SPSS coefficients di atas diketahui nilai signifikansi variabel jumlah tenaga kerja (X1) sebesar 0,002. Karena nilai signifikansi $0,002 < \text{probabilitas } 0,05$, Sedangkan nilai t hitung pada output SPSS di atas sebesar 3,358. Sehingga nilai t hitung $1,6828 < t \text{ tabel } 3,358$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari probabilitas 0,05 dan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel maka H1 atau hipotesis pertama di terima. Artinya ada pengaruh jumlah tenaga kerja (X1) terhadap keberhasilan usaha (Y).

Berdasarkan Tabel output SPSS coefficients di atas diketahui nilai signifikansi variabel modal usaha (X2) sebesar 0,037. Karena nilai signifikansi $0,037 < \text{probabilitas } 0,05$, Sedangkan nilai t hitung pada output SPSS di atas sebesar 2,152. Sehingga nilai t hitung $1,6828 < t \text{ tabel } 2,152$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari probabilitas 0,05 dan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel maka H2 atau hipotesis kedua di terima. Artinya ada pengaruh sumber modal usaha (X2) terhadap keberhasilan usaha (Y).

Berdasarkan Tabel output SPSS coefficients di atas diketahui nilai signifikansi variabel bauran pemasaran (X3) sebesar 0,098. Karena nilai signifikansi $0,048 < \text{probabilitas } 0,05$, Sedangkan nilai t hitung pada output SPSS di atas sebesar 1,695. Sehingga nilai t hitung $1,6828 < t \text{ tabel } 1,695$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari probabilitas 0,05 dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel maka H3 atau hipotesis ketiga di terima. Artinya ada pengaruh bauran pemasaran (X3) terhadap keberhasilan usaha (Y).

Pengaruh Jumlah Tenaga Kerja terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jumlah tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha industri batik Kelurahan Kradenan Kota Pekalongan. Hal ini berarti jumlah tenaga kerja memberikan kontribusi untuk meningkatkan keberhasilan usaha bagi industri batik Kelurahan Kradenan Kota Pekalongan. Dengan melakukan peningkatan keahlian dan ketrampilan jumlah tenaga kerja maka akan meningkatkan keberhasilan usaha.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang berjudul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keuntungan Pedagang di Pasar Grosir Batik Setono Pekalongan (Setyawardhani, 2012) variabel tenaga kerja mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keuntungan yang diterima oleh pedagang. Hal ini membuktikan tenaga kerja berperan penting dalam memberikan perhatian terhadap pengusaha sebagai suatu proses dan aktivitas yang berhubungan dengan ketrampilan dan keahlian dalam memuaskan pelanggan dengan cara terus menilai kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Pengaruh Modal Usaha terhadap keberhasilan Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh modal usaha terhadap keberhasilan usaha pada industri batik di Kelurahan Kradenan Kota Pekalongan. Modal Usaha memberikan kontribusi untuk meningkatkan keberhasilan usaha batik. Dengan adanya modal usaha dapat mempengaruhi perkembangan usaha dalam mencapai tujuan. Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel modal usaha memiliki nilai rata-rata yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini berarti modal usaha dalam industri batik di Kelurahan Kradenan sudah cukup baik.

Dalam pencapaian pendapatan besar kecilnya modal akan berpengaruh terhadap perkembangan usaha. Terdapat beberapa modal yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis, antara lain tekad, pengalaman, keberanian, pengetahuan, serta modal berupa uang. Kaitannya dengan teori siklus bisnis Keynesian dalam teori siklus bisnis yakni dampak pada peningkatan pertumbuhan ekonomi secara agregat di sebabkan langkah otoritas moneter dalam menambah jumlah uang beredar. Artinya perubahan harga ke atas tingkat harga akan berlangsung konstan, pada saat itulah selisih harga pasar terhadap daya beli akan terjadi, yang pada gilirannya dapat menambah pendapatan produsen sehingga pengusaha batik akan mencapai keberhasilan usaha.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Imron &

Wibowo (2008) menemukan bahwa modal usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha, semakin tinggi modal yang digunakan maka semakin besar pula laba bersih yang diperoleh yang dijadikan sebagai ukuran kuantitatif tingkat keberhasilan usaha. Penelitian yang berjudul Pengaruh Modal Usaha, Tenaga Kerja, Tingkat Pendidikan, Pengalaman Usaha, jangkauan Pemasaran dan krisis Ekonomi Terhadap Keberhasilan Batik di Kampung Batik Kliwonan Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen (Giyanto, 2010) menyatakan bahwa besarnya modal usaha berpengaruh terhadap keuntungan usaha batik. Sejalan dengan penelitian yang berjudul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keuntungan Pedagang di Pasar Grosir Batik Setono Pekalongan (Setyawardhani, 2012) menyatakan bahwa variabel modal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keuntungan yang diperoleh pedagang batik. Setelah diketahui adanya pengaruh antara modal usaha terhadap keberhasilan usaha batik di Kelurahan Kradenan Kota Pekalongan maka penelitian ini menunjukkan bahwa modal usaha akan dapat meningkatkan perkembangan industri batik.

Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keberhasilan usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada industri batik di Kelurahan Kradenan Kota Pekalongan. Pemasaran dapat menjadi kontribusi dalam bidang sumber daya dan ketrampilan dalam bidang pemasaran yang merupakan hasil dari proses akumulasi pengetahuan dan integrasi dengan nilai-nilai dan norma-norma yang dikembangkan melalui proses organisasi untuk meningkatkan keberhasilan usaha. Sehingga pemasaran yang optimal mampu untuk meningkatkan usaha dalam mewujudkan peningkatan usaha dalam bidang pemasaran. Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel pemasaran termasuk dalam kategori yang tinggi. Hal ini berarti kemampuan pengrajin dalam melakukan pemasaran sudah cukup baik. Variabel pemasaran dapat diukur dengan empat indikator yaitu product, place, price, dan promotion. Indikator product termasuk kategori yang sedang artinya produk yang di jual belum maksimal dalam mengembangkan inovasinya. Indikator place termasuk kategori yang sedang artinya lokasi pemasaran dalam batik masih belum maksimal dan strategis. Indikator promotion termasuk dalam kategori tinggi yang artinya dalam pengusaha batik sudah mampu dalam menginfokan dan mempromosikan batik.

Dengan kemampuan perusahaan dalam melakukan berbagai fungsi pemasaran memungkinkan bisnis memberikan nilai tambah dan menciptakan nilai bagi pelanggan serta menjadi kompetitif. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dikemukakan oleh (Iha, 2015) bahwa kapabilitas pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran. Dalam Halim (2011:478) memberikan hasil penelitian yang menegaskan bahwa terdapat cukup bukti secara empiris semakin tinggi pemasaran maka semakin tinggi kinerja pemasaran. Sehingga perkembangan yang baik tentang kemampuan pemasaran sangat penting untuk kegiatan pemasaran dalam usaha pengumpulan informasi tentang kebutuhan pasar, harga produk, dan layanan komunikasi yang ditawarkan kepada target pasar. Setelah diketahui adanya pengaruh antara pemasaran yang tinggi terhadap keberhasilan usaha maka penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran dalam kaitannya dengan meningkatnya suatu usaha yang mencakup kualitas produk, tempat, harga, dan promosi pada industri batik di Kelurahan Kradenan Kota Pekalongan sangat menunjang keberhasilan usaha.

Pengaruh Jumlah Tenaga kerja, Modal usaha dan Bauran Pemasaran terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil pengujian simultan menggunakan IBM SPSS 21 menunjukkan terdapat pengaruh antara variabel jumlah tenaga kerja, modal usaha, dan bauran pemasaran terhadap keberhasilan usaha sebesar 62,7 % dan berpengaruh positif. Sedangkan dalam pengujian secara parsial menunjukkan bahwa jumlah tenaga kerja mempunyai pengaruh paling besar terhadap kinerja pemasaran yaitu 21,5 %, disusul dengan modal usaha sebesar 10,20 %, dan yang pemasaran sebesar

6,50%. Sehingga dapat dikatakan jika jumlah tenaga kerja, modal usaha, dan bauran pemasaran bersama-sama meningkat akan berdampak positif, maka keberhasilan usaha juga akan meningkat.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel keberhasilan usaha memiliki nilai rata-rata tinggi. Hal ini berarti bahwa keberhasilan usaha pada industri batik di Kelurahan Kradenan Kota Pekalongan sudah cukup baik namun perlu ditingkatkan kembali. Variabel keberhasilan usaha diukur dengan produktivitas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu. Penelitian yang dilakukan oleh Imron & Wibowo (2008:119) menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah "Nasi Kucing" adalah modal, jumlah tenaga kerja, tingkat pendidikan, pengalaman, dan lama jam kerja. Hasil penelitian lain oleh Lia Arliani, dkk (2019) menunjukkan adanya pengaruh positif antara perilaku pelaku usaha dan modal usaha terhadap keberhasilan UMKM di Desa Tukad Sumaga Kecamatan Gerokgak Kabupaten Buleleng.

Berdasarkan hasil penelitian, grand theory, dan penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa jumlah tenaga kerja, modal usaha, dan bauran pemasaran secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada industri batik Kelurahan Kradenan Kota Pekalongan. Keberhasilan usaha akan meningkat dengan adanya pengaruh yang signifikan antara jumlah tenaga kerja di mana kegiatan pengusaha industri batik dalam memasarkan produk batik, modal usaha dalam mengembangkan dan mencapai tujuan pengusaha batik yakni meningkatkan laba, dan bauran pemasaran dalam kemampuan untuk menerapkan pengetahuan, ketrampilan, dan jumlah tenaga kerja untuk keberlangsungan keunggulan industri batik Kelurahan Kradenan. Sehingga dari tiga variabel tersebut diharapkan memberikan dampak yang baik terhadap meningkatnya keberhasilan usaha sehingga tujuan dalam kemajuan dalam segi pemasaran dapat tercapai.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan variabel jumlah tenaga kerja, modal usaha dan bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Hasil penelitian dan pembahasan mengimplikasikan bahwa untuk pengusaha batik khususnya di Kota Pekalongan, karena kompensasi para tenaga kerja industri batik jauh lebih sedikit dari pekerja di pabrik, sehingga upaya yang dapat dilakukan oleh pengusaha industri batik untuk meningkatkan keberhasilan usaha dengan memberikan kompensasi yang diharapkan tenaga kerja di industri batik. Harapannya, tenaga kerja merasa terjamin dan dapat bersama-sama mengembangkan industri batik. Pengusaha industri batik dapat memanfaatkan lembaga keuangan dalam menambah modal dan tidak hanya memanfaatkan modal sendiri agar dapat meningkatkan kualitas produk sehingga omset penjualan dapat meningkat. Dalam bidang pemasaran, diharapkan pengusaha industri batik di Kelurahan Kradenan dapat belajar dan menguasai dalam bidang pengetahuan pemasaran. Hal ini dapat dilakukan dengan kerja sama antara paguyuban industri batik dengan pemerintah ataupun akademisi-akademisi dibidang pemasaran untuk melakukan kerja nyata dalam mengaplikasikan pengetahuan pemasaran agar meningkatkan keberhasilan usaha. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk dapat melakukan penyempurnaan dengan menambah variabel bebas selain variabel yang terdapat di penelitian ini sehingga dapat menjelaskan lebih banyak tentang keberhasilan usaha dan dapat lebih berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, Moch Heru dan Yoyok Soesatyo. 2015. *Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi dan Pertumbuhan Angkatan Kerja Terhadap Tingkat Pengangguran di Kota Surabaya*. Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol. 3, No. 3, pp. 2-3.
- Agustina, M & Christiawan, YJ. (2015). “ *Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Kinerja Perusahaan pada Sektor Keuangan*”, *BUSINESS ACCOUNTING REVIEW*, Vol. 3, No. 1, pp. 223-232.
- Alfina Dewi Ratnasari. 2017. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Bisnis Online Shop di Kota Samarinda*. Volume 5, Nomor 1. ISSN 2355-5408.
- Apriana, Dina dan Suryanto, Rudy. 2010. “ *Analisis Hubungan Antara Belanja Modal, Pendapatan Asli Daerah, Kemandirian Daerah Dan Pertumbuhan Ekonomi Daerah (Studi Pada Kabupaten Dan Kota Se Jawa-Bali)*”. Jurnal Akuntansi dan Investasi. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Vol. 11, No. 1, pp. 68-79
- Kadju Daniel dan I KG Bendesa, *Efektivitas Program Bantuan Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Bandung*, E-Jurnal EP Unud, Vol. 6, No. 5, (2017)
- Daulay, R Wahyuni dan Frida Ramadini., (2013), “*Efikasi Diri dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Foto Copy dan Alat Tulis Kantor di Kecamatan Panyabungun Kabupaten Mandailing Natal*”, Jurnal Media Informasi Manajemen, Vol. 16.
- Dharmmesta, B.S. dan Handoko, T.H. 1982. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Liberty: Yogyakarta
- Ferdinand, Augusty. 2011. *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. “*Analisis Multivariate Dengan Program IBSM SPSS21.*” Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartatik, Puji Indah. (2014). *Buku Praktis Mengembangkan SDM*. Jogjakarta: Suka Buku
- Herawaty, Netty. 2019. “*Pengaruh modal, penggunaan informasi akuntansi dan karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha kecil*”. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia. Vol. 3(1).
- Imron, Much dan Purwo Adi Wibowo. 2008. “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Keberhasilan Usaha (Studi Pada Warung “Nasi Kucing” Di Kabupaten Jepara)*”. Jurnal dinamika Ekonomi dan Bisnis Vol.5 (2):111-132.
- Joesron, Tati Suhartati. 2005. *Manajemen Strategik Koperasi*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Kadek, Agus Suarmawan. 2015. “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Dan Kecil (Studi Pada Usaha Kerajinan Ingka Di Desa Bulian, Kec. Kubutambahan)*”. Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan. Vol:1(2): 242-249.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

- Mankiw, N. Gregory. 2006. *Makroekonomi Edisi Keenam*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Nizar, Muhammad. 2018. "*Pengaruh Sumber Daya Manusia, Permodalan Dan Pemasaran Terhadap Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah Sari Apel Di Kecamatan Tutur*". *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 7(7).
- Octavia, Jayanti. 2015. *Pengaruh Sikap Kewirausahaan Dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Survey pada Produsen Sepatu Cibaduyut Kota Bandung)*. Bandung: Jurnal Riset Akuntansi Volume VII No.1:41-59
- Prasatya. 2017. "*Faktor keberhasilan UMKM Jajanan Asing Kaki Lima di Kota Serang*". *Jurnal Manajemen IKM*. Vol.12 (2): 187-193.
- Priyanto, Sony Heru. 2009. *Mengembangkan Pendidikan Kewirausahaan di Masyarakat. Andragogia-Jurnal PNFI*, 1(1), pp. 57-82. Retrieved from http://andragogia.p2pnfisemarang.org/wpcontent/uploads/2010/11/andragogia1_4.pdf 18.
- Purwanti, Endang. 2012. *Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga* Vol. 5 No. 9, Juli 2012. STIE AMA Salatiga. 13-28 hal
- Tambunan, Elys Sastika. 2020. "*Pengaruh Modal Usaha, Kemampuan Wirausaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkem) Di Pasar Tiban Sunday Morning UGM*". *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*. Vol; 9 (3).
- Siagian, P Sondang. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta:Bumi Aksara
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suranti, 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat