

PEMBEKALAN KESUKSESAN WIRAUSAHA WANITA PADA UKM KERAJINAN DI SERANG

Nur Hidayah^{1*}, Angelica Caroline², Kevin Karunia Bakti³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta

E-mail: ¹⁾ nurh@fe.untar.ac.id, ²⁾ 16angelicacaroline@gmail.com,

³⁾ kein115170218@stu.untar.ac.id

Abstrak

Tujuan kegiatan PKM adalah memberikan bekal pengetahuan tentang kesuksesan wirausaha Wanita, terkait hal yang perlu diperhatikan bagi Wanita wirausaha dalam meningkatkan kesuksesannya untuk berwirausaha. Mitra yang dijadikan tempat kegiatan adalah UKM yang bergerak dalam bidang pembuatan kerajinan dari benang rajut dan mute. Nama usaha ini dikenal dengan “Mada Mute”. Lokasi usaha terletak di kota Serang provinsi Banten. Kegiatan PKM didasarkan pada observasi awal pada mitra. Mitra belum mendapatkan pembekalan pengetahuan tentang hal-hal yang perlu diperhatikan mitra dalam meningkatkan kesuksesan berwirausaha. Materi yang terkait diberikan ke mitra adalah tentang hal yang terkait dengan kesuksesan usaha meliputi: inovasi produk, kualitas layanan, jaringan social, motivasi internal dan teknologi informasi komunikasi. Metode yang ditawarkan pada kegiatan ini adalah melalui ZOOM meeting secara daring, dengan dibantu oleh dua mahasiswa sebagai host. Hasil kegiatan menunjukkan kegiatan pelatihan telah terlaksana dengan lancar, mitra berantusias dalam memahami materi yang disampaikan ketua, dan hasil evaluasi menunjukkan terjadinya peningkatan pengetahuan mitra tentang kesuksesan berwirausaha sebagai bekal menjalankan usaha.

Kata kunci: Kesuksesan Wirausaha, Pelatihan Wirausaha, UKM

Abstract

The purpose of Student Creativity Program (PKM) activities is to provide knowledge about the success of women's entrepreneurs, related to things that need to be considered for women entrepreneurs in increasing their success in entrepreneurship. Partners that are used as a place of activity are SMEs which are engaged in the manufacture of handicrafts from knitting and mute threads. The name of this business is known as “Mada Mute”. The business location is located in Serang city, Banten province. PKM activities are based on initial observations of partners. Partners have not received a briefing of knowledge about things that partners need to pay attention to in improving entrepreneurial success. The method offered in this activity is through an online ZOOM meeting, assisted by two students as hosts. The results of the activity show that the training activities have been carried out smoothly, partners are enthusiastic in understanding the material presented by the chairman, and the results of the evaluation show an increase in partners' knowledge about entrepreneurial success as a provision for running a business.

Keywords: Entrepreneurial Success, Entrepreneurial Training, SMEs

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan wirausaha semakin pesat. Banyak wirausaha tumbuh dan berkembang yang kepemilikan dan pengelolaannya tidak hanya dimiliki kaum laki-laki, tetapi juga banyak dimiliki dan dikelola oleh kaum wanita. Indonesia memiliki wirausaha wanita cukup berkembang dengan pesat. Hal ini ditandai dengan banyaknya wanita Indonesia yang telah berwirausaha. Dari data Badan Pusat Statistik (BPS) di 2021, sebanyak 64,5 persen dari total UMKM dikelola oleh kaum perempuan. Potensi tersebut perlu diberikan dorongan dari berbagai pihak, baik pemerintah, pelaku usaha besar maupun dunia akademisi. Meningkatnya jumlah pengusaha wanita di Indonesia dapat mendorong tercapainya kesetaraan gender. Tak hanya itu, juga ada banyak pengusaha wanita sukses yang tidak hanya berhasil membangun bisnis tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat. Namun, dari tingginya tingkat partisipasi tersebut, kontribusi UMKM yang dikelola oleh wirausaha wanita baru sebesar 9,1 persen terhadap PDB dan 5 persen terhadap ekspor. Salah satu alasan utama dibalik hal ini adalah karena akses pemberdayaan perempuan yang masih terbatas, masih terbatasnya pemanfaatan digital, yang menjadi salah satu potensi yang membuka peluang bagi banyak womenpreneur untuk dapat mengembangkan bisnisnya. Apalagi, pasar e-commerce di Indonesia memiliki pertumbuhan terbesar se-Asia Pasifik. Hal ini tentunya membantu banyak pengusaha termasuk juga pengusaha perempuan untuk mengembangkan usahanya. Namun, saat ini baru 3,79 juta UMKM yang memanfaatkan platform online untuk memasarkan produknya. Selain itu, riset Google terhadap perempuan yang menggunakan internet menunjukkan bahwa banyak dari mereka yang tidak bisa menemukan konten yang mereka cari di internet. Banyaknya jumlah wirausaha wanita di Indonesia, sebagian besar menjalankan usaha di sektor informal atau semi formal. Salah satu alasan dibalik hal tersebut adalah karena sulitnya masuk ke sektor formal. Selain itu, 62,4 persen wirausaha wanita juga memulai usahanya untuk memenuhi kebutuhan hidup. Peran wirausaha wanita tidak hanya dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga dan pemilik, tetapi juga berperan dalam meningkatkan perekonomian negara, serta dapat memerangi angka kemiskinan. Selain itu wanita mempunyai peran penting sebagai salah satu motor penggerak pembangunan ekonomi dan kemajuan sosial di pedesaan (Tambunan, 2012).

Melalui observasi, berbagai kondisi yang menyebabkan banyaknya wirausaha wanita antara lain karena suami yang sudah tidak bekerja, membantu ekonomi keluarga, mensejahterakan keluarga, mengisi waktu luang, ingin mempunyai uang sendiri, mencari pengalaman dan lainnya. Kondisi ini memberikan dorongan kuat untuk berwirausaha, serta belajar ketrampilan tertentu sebagai bekal menjalankan usaha. Hal ini sejalan dengan pernyataan (Powell & Eddleston, 2013) bahwa wirausaha perlu terampil dalam memanfaatkan peluang yang dapat mengembangkan usaha dengan tujuan untuk meningkatkan kehidupannya.

Salah satu faktor rendahnya jumlah pengusaha di Indonesia disebabkan kurangnya individu berketerampilan sangat tinggi. Rasio jumlah pengusaha terhadap populasi di Indonesia lebih rendah dibandingkan beberapa negara di Asia Tenggara. Rendahnya kemauan berwirausaha tersebut mengakibatkan rendah pula tingkat kesejahteraan dan keterbatasan kesempatan kerja. Namun demikian kesuksesan bukan hanya dari ketrampilan yang dimiliki tetapi banyak faktor yang terkait (Lussier & Halabi, 2010). Lebih lanjut, Rajput (2011) menyimpulkan bahwa faktor sukses wirausaha dapat dibagi menjadi kategori

inovasi dan kategori layanan (faktor psikologi dan faktor manajerial). Layanan dapat dibentuk dengan menggabungkan kesan pertama yang menguntungkan, sopan perawatan, sikap dan perilaku etis (melakukan hal yang benar) merupakan fondasi yang kuat bagi pelanggan (Evenson, 2017; Morgan, 2017). Keunggulan layanan pelanggan adalah faktor penting untuk kesuksesan bisnis (Sutrisno, 2021). Selain itu, Alam et al. (2011) menyimpulkan berbagai hal yang mendorong meningkatkan kesuksesan adalah: jaringan sosial, motivasi internal, teknologi informasi dan komunikasi.

Pentingnya mengetahui kesuksesan pengusaha wanita, karena saat ini masih banyak pengusaha wanita yang belum sukses. Untuk itu perlu membekali pengetahuan tentang hal yang menjadi perhatian mitra dalam mencapai kesuksesan. Berdasarkan hal tersebut Ketua PKM dan mahasiswa berkeinginan membantu mitra dalam memberikan materi pelatihan terkait upaya mitra untuk memperhatikan hal-hal yang terkait dalam mencapai kesuksesan dari usaha yang dijalankan.

2. METODE PENELITIAN

Kegiatan pelatihan dilakukan untuk memberikan pembekalan kepada mitra, dalam memahami kesuksesan berwirausaha. Banyak hal yang menjadi faktor bagi mitra untuk sukses. Seperti meningkatkan inovasi produk, meningkatkan kualitas layanan, meningkatkan jaringan dan motivasi usaha, serta memanfaatkan media teknologi dan komunikasi secara *online*. Untuk melaksanakan kegiatan sosialisasi ini, ada beberapa langkah yang perlu dilakukan.

- a. Pelaksana PKM menyiapkan materi yang akan disampaikan ke mitra
- b. Pelaksana PKM menghubungi pihak terkait, yaitu pemilik usaha untuk minta ijin melakukan sosialisasi.
- c. Pelaksana PKM sebagai tutor berkoordinasi dengan pemilik untuk mengikuti kegiatan sosialisasi.
- d. Pelaksana PKM melakukan pembagian tugas dengan mahasiswa yang membantu kegiatan
- e. Pelaksana PKM menyampaikan materi sosialisasi melalui ceramah, diskusi, dan tanya jawab secara daring melalui zoom meeting
- f. Pelaksana PKM menjelaskan tentang apa yang harus dilakukan dalam meningkatkan kesuksesan berwirausaha
- g. Pelaksana PKM meminta mitra untuk bertanya jika belum di mengerti dari materi yang disampaikan.
- h. Pelaksana PKM sebagai tutor menanggapi respon mitra tentang materi yang sudah disampaikan.

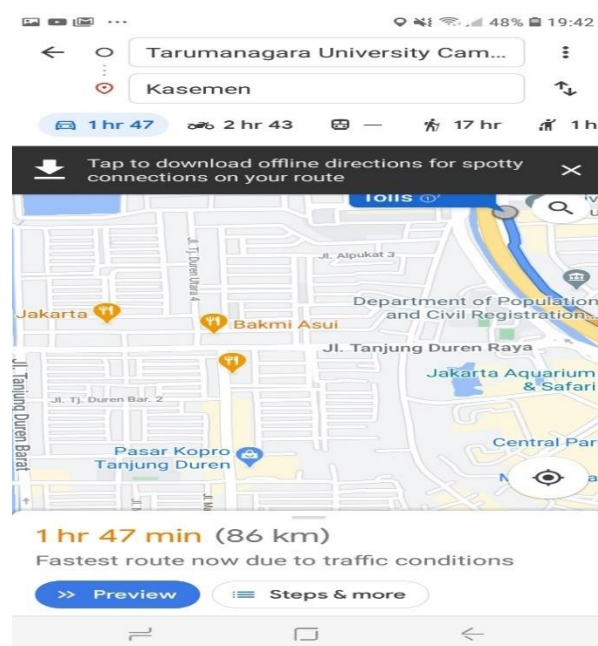
Kegiatan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan pada bulan Maret 2022, tabel jadwal kegiatan pelaksanaan adalah:

Tabel 1 Metode Pelaksanaan

No	Tahap	Metode Pelaksanaan	Indikator Pelaksanaan
1	Observasi Awal	Wawancara dengan mitra terkait program	Hasil wawancara

2	Penyusunan materi	Mempelajari berbagai literatur dan jurnal	PPT
3	Sosialisasi	Pelatihan Melalui daring	Kuesioner pretest dan posttest
4	Diskusi	Pelatihann secara daring	Komunikasi dua arah
5	Evaluasi	Solusi kesuksesan berwirausaha	Meningkatkan pengetahuan kesuksesan berwirausaha

Keberhasilan sosialisasi dapat dilihat dari hasil jawaban kuisisioner pre-test (sebelum sosialisasi) dan post-test (sesudah sosialisasi) dengan tingkat keberhasilan 100%, Lokasi pengabdian pada masyarakat ini berada pada gambar peta seperti tampak dibawah ini



Gambar 1 Lokasi Mitra

Pelaksanaan dan pengabdian ini berlokasi di Jalan Porum Minah Bakti Tanggul Jaya Karanggantu RT.006/014 Kecamatan Kasemen, Kabupaten Serang Propinsi Banten. Dikarenakan kegiatan PKM masih dalam kondisi Pandemi Covid19 maka kegiatan pelatihan dilakukan secara daring melalui Zoom *meeting*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Profil Usaha Mitra

Mitra yang menjadi tempat kegiatan PKM bergerak dalam usaha rumahan / UMKM yang membuat produk kerajinan tas, dompet, bunga, dan lainnya . Terbuat dari bahan rajutan dan mute/akrelik. Usaha ini dikenal dengan Mada Mute. Usaha dijalankan kurang lebih selama 12 tahun, yang bertujuan membantu suami dalam memenuhi kebutuhan hidup. Pemilik usaha Bernama Ibu Siti Resmada melakukan usaha kerajinan tangan yang sesuai dengan keahlian yang dimiliki. Lokasi usaha di Jalan Porum Minah Bakti Tanggul Jaya

Karangantu RT.006/014 Kecamatan Kasemen, Kabupaten Serang Propinsi Banten. Gambar berikut adalah produk yang dihasilkan mitra:



Gambar 2 Produk Mitra

A. Model Ipteks yang ditransfer ke Mitra

Kegiatan pengabdian masyarakat ini terkait dengan pembekalan pengetahuan tentang dalam meningkatkan kesuksesan berwirausaha. *Transfer knowledge* tentang hal yang perlu menjadi perhatian mitra untuk kesuksesannya adalah sebagai berikut.

3.2.1. Meningkatkan pengetahuan tentang inovasi produk

Dalam hal ini didasarkan pada hal hal yang berkaitan dengan penyediaan produk yang disesuaikan, penyediaan produk inovatif yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, permintaan pelanggan dengan fitur bar, serta mengupdate apa yang menjadi kebutuhan dengan kemajuan teknologi. Produk inovasi melalui desain yang lebih baik dan lebih menarik mendorong pertumbuhan penjualan yang pada akhirnya meningkatkan kesuksesan dalam berwirausaha (Dirisu et al., 2013; Rodhiah et al., 2021). Berikut alasan tentang pentingnya inovasi produk:

- a) Teknologi berubah sangat cepat seiring adanya produk baru, proses dan layanan baru dari pesaing, dan hal ini mendorong usaha entrepreneurial untuk bersaing dan sukses. Hal yang harus dilakukan adalah menyesuaikan diri dengan inovasi teknologi baru.
- b) Efek perubahan lingkungan terhadap siklus hidup produk semakin pendek, yang artinya bahwa produk atau layanan lama harus digantikan dengan yang baru dalam waktu cepat, dan ini bisa terjadi karena ada pemikiran kreatif yang menimbulkan inovasi.

- c) Konsumen saat ini lebih pintar, bergolongan dan menuntut. Konsumen mengharap lebih dalam hal kualitas, pembaruan, dan harga. Skill inovatif karena itu dibutuhkan untuk memuaskan kebutuhan konsumen sekaligus mempertahankannya.
- d) Pasar dan teknologi yang berubah sangat cepat, ide yang sejatinya bagus bisa semakin mudah ditiru, dan ini membutuhkan metode penggunaan produk, proses yang baru dan lebih baik, dan layanan yang lebih cepat secara kontinyu dan
- e) Inovasi bisa menghasilkan pertumbuhan lebih cepat, meningkatkan segmen pasar, dan menciptakan posisi korporat yang lebih baik.

3.2.2. Meningkatkan pengetahuan tentang Layanan pelanggan

Dalam hal ini terkait dengan arti layanan, sebagai upaya memberikan layanan pelanggan yang sangat baik berarti bekerja ekstra dalam memastikan pelanggan senang dan puas dengan produk atau layanan perusahaan. Juga melibatkan penyediaan layanan kepada pelanggan secara tepat waktu dan menyenangkan. Komponen dalam layanan ini membutuhkan empati, kasih sayang, kritis berpikir, dorongan kreatif, atau kemampuan untuk menerapkan pemikiran non-linier dan pemecahan masalah yang cerdas (Kamenetz, 2013). Pada intinya, keunggulan pelayanan dilandasi oleh upaya yang dilakukan oleh pemilik usaha untuk melayani pelanggan dengan sebaik mungkin sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan serta memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan (Brown & Taylor, 2016). Untuk itu mitra perlu memperhatikan: tujuan layanan yang jelas dalam meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan; memiliki kinerja layanan pelanggan yang tinggi; meningkatkan kualitas layanan; menciptakan sikap positif dari pelanggan; pandai berkomunikasi dengan pelanggan; melakukan semua yang terbaik dan benar ketika berurusan dengan pelanggan.

3.2.3. Jaringan Sosial

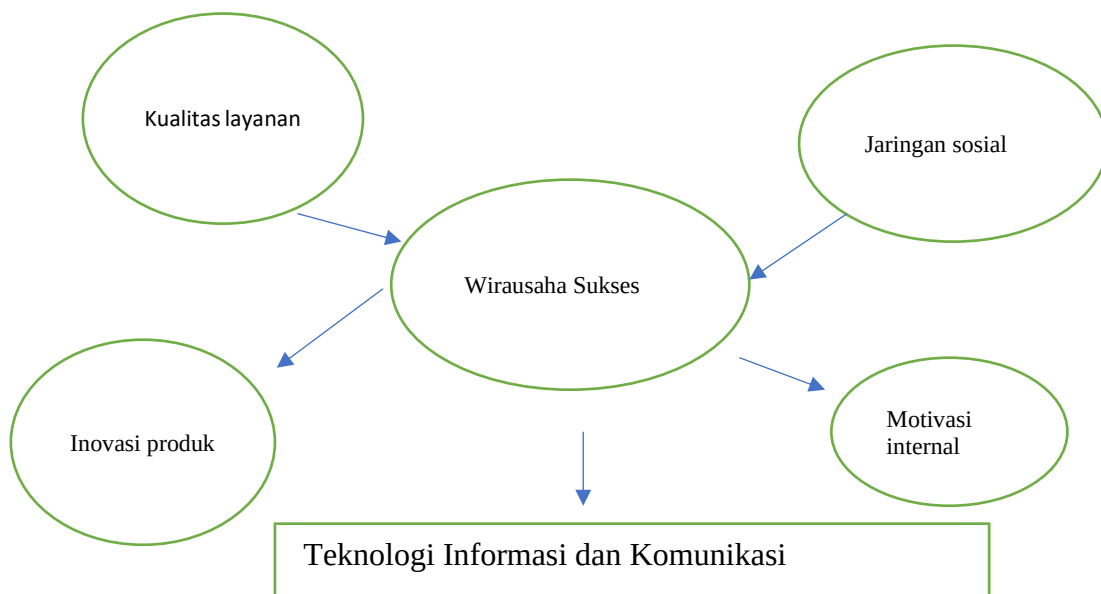
Pada dasarnya, menjalankan suatu bisnis merupakan kumpulan dari adanya pelaku pelaku yang satu sama lain saling bekerja sama. Untuk itu bisnis dapat dikatakan sukses, jika setiap pelaku menjalin kerja sama yang saling menguntungkan. Semakin luas jaringan sosial yang dimiliki tentunya akan semakin mendukung kesuksesan dalam bisnis. Adanya jaringan sosial maka seorang pengusaha akan dapat membangun jaringan lebih luas dengan teman-teman maupun perkumpulan yang berdampak pada peningkatan usaha bisnisnya (Alam et al., 2011)). Jaringan sosial merupakan hubungan-hubungan yang tercipta antar banyak individu dalam suatu kelompok ataupun antar suatu kelompok dengan kelompok lainnya. Hubungan-hubungan yang terjadi bisa dalam bentuk yang formal maupun bentuk informal. Hubungan sosial adalah gambaran atau cerminan dari kerjasama dan koordinasi antar warga yang didasari oleh ikatan sosial yang aktif dan bersifat resiprosikal. Situasi yang paling menguntungkan adalah situasi dimana terjadinya hubungan sosial antar pelaku dalam bisnis, termasuk konsumen. Jika telah terjadi hubungan sosial, hal ini akan cenderung untuk menimbulkan kontak sosial yang lebih mudah diakses dan lebih cenderung rela berkomunikasi. Sehingga pelaku bisnis akan lebih banyak memiliki informasi yang berharga, namun lebih mudah untuk di akses. Sosialisasi informal juga penting membangun modal jejaring sosial dan pada akhirnya meningkatkan kesuksesan usaha.

3.2.4. Motivasi Internal

Motivasi merupakan dorongan kerja yang timbul dalam jiwa seseorang untuk berperilaku dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Motivasi juga dapat dibagi menjadi dua garis besar yakni motivasi internal dan eksternal. Motivasi atau dorongan internal merupakan dukungan yang berasal dari dalam diri seseorang untuk berbuat sesuatu, sedangkan motivasi eksternal adalah motivasi yang berasal dari sekelilingnya untuk berbuat sesuatu.

3.2.5. Teknologi Informasi dan Komunikasi

Adanya teknologi dan internet membuat berbagai perubahan dalam kehidupan dan bisnis. Hubungan antara ketrampilan untuk menjalankan teknologi dan perkembangan perusahaan sangat erat. Menurut Ndubisi & Kahraman (2005), pentingnya teknologi informasi dan komunikasi bagi seorang pengusaha tidak dapat terelakkan. Jadi apabila bisnis terlibat dengan teknologi informasi dan semakin baik ketrampilan komunikasi maka akan semakin meningkatkan efektivitas dalam bisnis. Hal ini akan berdampak pada peningkatan kualitas kerja dan kesuksesan bisnisnya. Dengan literasi teknologi bersamaan dengan potensi yang dibawa oleh kemajuan digital ini, muncul juga tantangan baru yakni akses dan kemampuan untuk menemukan serta memilih informasi yang tepat. Terbukanya akses terhadap pemberdayaan dan literasi teknologi menjadi modal utama agar para pengusaha perempuan di Indonesia bisa terus mengembangkan usahanya. Adanya potensi yang begitu besar, jika diiringi dengan pemberdayaan yang optimal maka kesetaraan gender bisa tercapai dan Indonesia dapat menghasilkan banyak pengusaha wanita sukses yang juga turut berkontribusi bagi kemajuan perekonomian.



Sumber: modifikasi dari Alam et al (2011)

Gambar 3 Model Kesuksesan Wirausaha Wanita

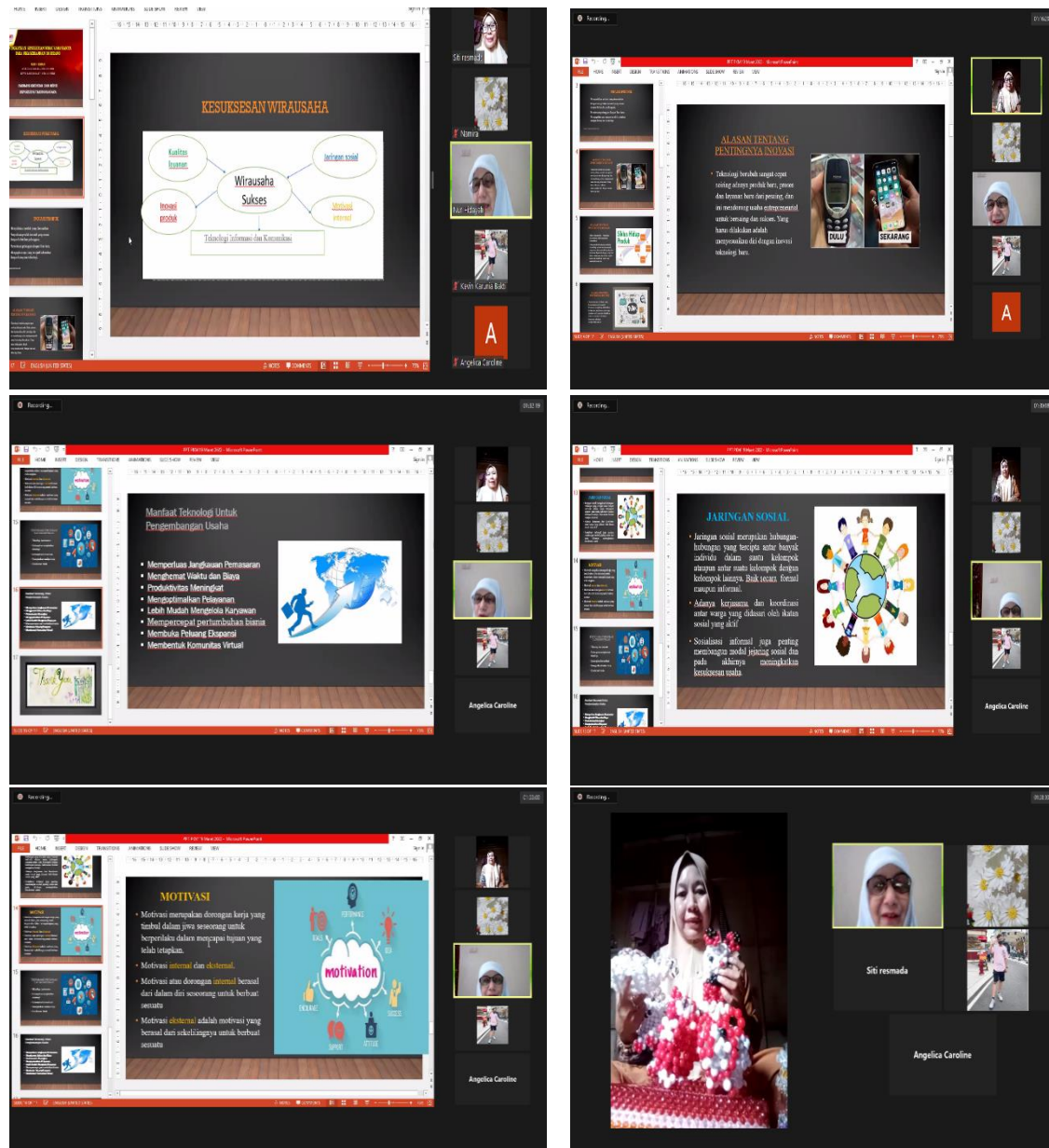
Mitra terlihat antusias mengikuti pelatihan, terbukti dari adanya komunikasi dua arah antara tim dengan mitra. Tahap terakhir dilakukan evaluasi berupa penyebaran kuesioner post-test untuk melihat sejauh mana pemahaman mitra terhadap materi yang dipaparkan..

Pre-test dan post-test menggunakan skala likert dengan ketentuan: sangat tidak paham (5), cukup paham (4), tidak paham (3), paham (2), sangat paham (1). Berdasarkan jawaban mitra dari pengisian pre-test dan post-test pada tabel berikut:

Tabel 2 Rekapitulasi Jawaban Mitra

Indikator	Kategori	Jawaban	Persentase (%)
Materi tentang motivasi memberikan pemahaman	Sangat Tidak Paham	0	0
	Cukup Paham	0	0
	Tidak Paham	0	0
	Paham	0	0
	Sangat Paham	100	100%
Materi tentang Jaringan social memberikan pemahaman	Sangat Tidak Paham	0	0
	Cukup Paham	0	0
	Tidak Paham	0	0
	Paham	0	0
	Sangat Paham	100	100%
Materi tentang Kualitas layanan memberikan pemahaman	Sangat Tidak Paham	0	0
	Cukup Paham	0	0
	Tidak Paham	0	0
	Paham	0	0
	Sangat Paham	100	100%
Materi tentang inovasi produk memberikan pemahaman	Sangat Tidak Paham	0	0
	Cukup Paham	0	0
	Tidak Paham	0	0
	Paham	0	0
	Sangat Paham	100	100%
Materi tentang teknologi dan komunikasi memberikan pemahaman	Sangat Tidak Paham	0	0
	Cukup Paham	0	0
	Tidak Paham	0	0
	Paham	0	0
	Sangat Paham	100	100%
Ibu memahami tentang kesuksesan wirausaha secara keseluruhan	Sangat Tidak Paham	0	0
	Cukup Paham	0	0
	Tidak Paham	0	0
	Paham	0	0
	Sangat Paham	100	100%

Adapun penyampaian materi sosialisasi secara sampel yang telah didokumentasikan dalam beberapa gambar berikut.



Gambar 4 Dokumentasi Kegiatan Sosialisasi

4. KESIMPULAN

Hasil program yang baik memberikan manfaat dalam menambah pengetahuan pemilik usaha dalam meningkatkan kesuksesan berwirausaha. Sebagaimana hasil evaluasi jawaban mitra terhadap pemahaman materi kesuksesan wirausaha sudah di pahami dengan baik. Terbukti dari jawaban mitra yang 100 % dapat memahami materi yang disampaikan. Hal yang menjadi perhatian terkait pendorong kesuksesan wirausaha bukan hanya dari ketrampilan yang dimiliki tetapi banyak faktor yang adalah: jaringan sosial, motivasi

internal, teknologi informasi dan komunikasi. Pembekalan pengetahuan pendorong kesuksesan wirausaha dilakukan tim PKM secara daring, telah berjalan lancar dan mampu menambah pengetahuan mitra dalam berwirausaha.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada semua pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam kegiatan PKM, khususnya ketua LPPM Untar dan jajaran, Ibu Siti Resmada selaku pemilik usaha Mada Mute sebagai mitra kerja di PKM, dan mahasiswa yang terlibat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, S. S., Jani, M. F. M., & Omar, N. A. (2011). An empirical study of success factors of women entrepreneurs in southern region in Malaysia. *International Journal of Economics and Finance*, 3(2), 166–175.
- Brown, S., & Taylor, K. (2016). Early influences on saving behaviour: Analysis of British panel data. *Journal of Banking & Finance*, 62, 1–14.
- Dirisu, J. I., Iyiola, O., & Ibidunni, O. S. (2013). Product differentiation: A tool of competitive advantage and optimal organizational performance (A study of Unilever Nigeria PLC). *European Scientific Journal*, 9(34).
- Evenson, R. (2017). *Customer service training 101: Quick and easy techniques that get great results*. Amacom.
- Kamenetz, A. (2013). The four things people can still do better than computer. *Fast Company*.
- Lussier, R. N., & Halabi, C. E. (2010). A three-country comparison of the business success versus failure prediction model. *Journal of Small Business Management*, 48(3), 360–377.
- Morgan, B. (2017). 10 things robots can't do better than humans. *Forbes*.
- Ndubisi, N. O., & Kahraman, C. (2005). Malaysian women entrepreneurs: understanding the ICT usage behaviors and drivers. *Journal of Enterprise Information Management*.
- Powell, G. N., & Eddleston, K. A. (2013). Linking family-to-business enrichment and support to entrepreneurial success: do female and male entrepreneurs experience different outcomes? *Journal of Business Venturing*, 28(2), 261–280.
- Rajput, A. A. (2011). Developing entrepreneurial model for Pakistan SMEs: A case study on commercial fast food SMEs. *Islamabad: Department of Management & Social Sciences, Mohammad Ali Jinnah University*.
- Rodhiah, R., Widayani, A. I., & Winduwati, S. (2021). Pengembangan Inovasi Produk Berkelanjutan Pada UKM Bu Erma Di Jambi. *PRIMA: Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 30–36.
- Sutrisno. (2021). Improvement Of Human Resources Competence With Academic Quality Policy In The Economic Sector Of Higher Education Providers In East Java. *Transformational Language, Literature, and Technology Overview in Learning (TRANSTOOL)*, 1(1), 19–28.
<https://doi.org/https://doi.org/10.55047/transtool.v1i1.104>
- Tambunan. (2012). *Usaha mikro dan Menengah di Indoensia: Isu-Isu Penting*. LP3SES.