

Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha

Walipah^{1*}, Naim²

¹Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Kanjuruhan Malang, Malang, Indonesia

Email: ¹walipah@unikama.ac.id, ²naim@unikama.ac.id

Email Penulis Korespondensi: ¹walipah@unikama.ac.id

Abstrak– Pembangunan ekonomi tidak dapat dicapai semata-mata dengan menyingkirkan hambatan yang menghalangi kemajuan ekonomi. Keberhasilan dari suatu usaha dalam mencapai tujuannya dapat dicapai oleh wirausaha yang memiliki Karakteristik cerdas, kreatif, serta mengikuti perkembangan teknologi. Selain karakteristik wirausaha, faktor lain yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha adalah inovasi produk. Tujuan dari penelitian ini menganalisis pengaruh Karakteristik Wirausaha, Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha pada kantin di lingkungan Unikama. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan SPSS. Populasi penelitian ini adalah Pedagang yang berjualan di lingkungan Universitas PGRI Kanjuruhan Malang yang berjualan Makanan dan Minuman. Penentuan sampel menggunakan metode purposif sampling. Berdasarkan kriteria yang ada, total observasi dalam penelitian ini adalah 30 pedagang. Pengumpulan data menggunakan anket dan wawancara. Hasil Penelitian a) ada pengaruh karakteristik usaha terhadap keberhasilan usaha, (b) inovasi produk berpengaruh terhadap keberhasilan usaha, dan (c) karakteristik wirausaha dan inovasi produk berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

Kata Kunci: Karakteristik Wirausaha1, Inovasi Produk2, Keberhasilan Usaha3

Abstract– Economic development cannot be achieved solely by removing obstacles that hinder economic progress. The success of a business in achieving its goals can be achieved by entrepreneurs who have the characteristics of being smart, creative, and following technological developments. In addition to entrepreneurial characteristics, another factor that can influence business success is product innovation. The purpose of this study is to analyze the influence of Entrepreneurial Characteristics, Product Innovation on Business Success in canteens in the Unikama environment. This research is a quantitative research using SPSS. The population of this study are traders who sell food and drinks in the PGRI Kanjuruhan University Malang environment. Determination of the sample using purposive sampling method. Based on the existing criteria, the total number of observations in this study were 30 traders. Data collection used anket and interviews. Research Results a) there is an effect of business characteristics on business success, (b) product innovation has an effect on business success, and (c) entrepreneurial characteristics and product innovation have an effect on business success

Keywords Entrepreneurial Characteristics1, Product Innovation2, Business Success3

1. PENDAHULUAN

Negara berkembang yang berhasrat maju harus memenuhi prasyarat-prasyarat dasar bagi pembangunan ekonomi. Pembangunan ekonomi tidak dapat dicapai semata-mata dengan menyingkirkan hambatan yang menghalangi kemajuan ekonomi [1]. Keberhasilan usaha dapat diindikasikan dalam lima hal yaitu jumlah penjualan meningkat, hasil produksi meningkat, keuntungan atau profit bertambah, perkembangan dan pertumbuhan usaha berkembang cepat dan memuaskan. Keberhasilan dari suatu usaha dalam mencapai tujuannya dapat dicapai oleh wirausaha yang memiliki Karakteristik cerdas, kreatif, serta mengikuti perkembangan teknologi. Selain karakteristik wirausaha, faktor lain yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha adalah inovasi produk. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian dari Ripal Gustamam, dkk [2] yang menyatakan bahwa inovasi produk antara lain: variasi jenis produk, varian bentuk produk, dan variasi harga produk dinilai cukup inovatif untuk meningkatkan keberhasilan usaha. Universitas PGRI Kanjuruhan Kota Malang merupakan kampus swasta yang terletak di kelurahan Bandungrejosari Kecamatan Sukun Kota Malang, saat ini mahasiswa Unikama berjumlah + 5.000 Mahasiswa. Untuk memberikan pelayanan kepada mahasiswa, di lingkungan Unikama terdapat kantin/cafetaria yang berdiri pada tahun 2013, sebelumnya kantin ini terpusat disatu tempat. Hasil pengamatan dan observasi dilapangan terdapat beberapa stand kantin yang disewa kondisinya keluar masuk dan digantikan oleh penyewa baru dari beberapa wawancara yang dilakukan oleh peneliti ada beberapa alasan yaitu karena tidak laku, tidak telaten, tidak punya pelanggan sehingga berpengaruh terhadap penghasilan setiap hari dan merasa rugi jika diteruskan berjualan di kantin Unikama. Oleh karena itu, sangat penting bagi pelaku usaha dengan melakukan berbagai macam cara & upaya untuk meningkatkan keberhasilan dalam usaha. Tujuan dari penelitian ini menganalisis pengaruh Karakteristik Wirausaha, Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha pada kantin di lingkungan Unikama. [1]

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah Pedagang yang berjualan di lingkungan Universitas PGRI Kanjuruhan Malang baik Jualan Makanan dan Minuman sebanyak 30 orang /Stan. jumlah subyeknya kurang dari 100, maka lebih baik semua subyeknya di teliti, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, karena sampelnya meliputi semua subyek yang terdapat di dalam populasi[2].

a. Prosedur Pengumpulan Data

Metode penelitian yang digunakan adalah sensus. Jenis penelitian adalah deskriptif kuantitatif dan Sifat penelitian adalah penjelasan (explanatory) yaitu untuk menjelaskan tentang Pengaruh Karakteristik, Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha pada kantin di lingkungan Universitas PGRI Kanuruhan Malang[3].

2.3 Cara Pengumpulan Data

1. Menyebarluaskan daftar pertanyaan (kuesioner).
2. Melakukan wawancara kepada yang berwenang memberi data dan informasi

2.4 Teknik Analisa Data

Ghozali [5] menyatakan bahwa dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan (pengaruh) antara variabel independen. Pengujian analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS. persamaan regresi dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y: Keberhasilan usaha

β_1 dan β_2 : Koefisien regresi masing-masing variabel

X1: Karakteristik wirausaha

X2: Inovasi produk

e: Standar kesalahan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Instrumen

Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 30 responden, tingkat $\alpha = 0,05$. Maka nilai deegree of freedom atau $df = n - 2$, dari rumus tersebut diperoleh nilai $df = 30 - 2 = 28$. Dari hasil tersebut maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,374. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	>/<	r tabel
Karakteristik Wirausaha (X1)	Indikator 1 (X1.1)	0,868	>	0,374
	Indikator 2 (X1.2)	0,858	>	0,374
	Indikator 3 (X1.3)	0,941	>	0,374
	Indikator 4 (X1.4)	0,980	>	0,374
	Indikator 5 (X1.5)	0,809	>	0,374
Inovasi Produk (X2)	Indikator 1 (X2.1)	0,889	>	0,374
	Indikator 2 (X2.2)	0,896	>	0,374
	Indikator 3 (X2.3)	0,896	>	0,374
	Indikator 4 (X2.4)	0,785	>	0,374
Keberhasilan Usaha (Y)	Indikator 1 (Y.1)	0,762	>	0,374
	Indikator 2 (Y.2)	0,939	>	0,374
	Indikator 3 (Y.3)	0,911	>	0,374
	Indikator 4 (Y.4)	0,927	>	0,374

Setelah dilakukan analisis uji validitas maka peneliti menyimpulkan bahwa seluruh item soal angket telah memenuhi unsur validitas, yang menjadi dasar memenuhi unsur validitas adalah nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel. Dengan dasar tersebut sehingga bisa dilanjutkan ke tahap berikutnya yaitu uji reliabilitas dan normalitas.

Uji Reliabilitas

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai (α) 0,70. Hasil pengujian reliabilitas



instrumen penelitian, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	>/<	Batas Minimum
Karakteristik Wirausaha	0,935	>	0,60
Inovasi Produk	0,887	>	0,60
Keberhasilan Usaha	0,907	>	0,60

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan uji reliabilitas didapatkan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,935 (X_1) dengan 5 item soal, 0,887 (X_2) dengan 4 item soal, dan 0,907 (Y) dengan 4 item soal, dengan demikian seluruh uji instrumen yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas memenuhi persyaratan untuk digunakan dalam pengambilan keputusan penelitian.

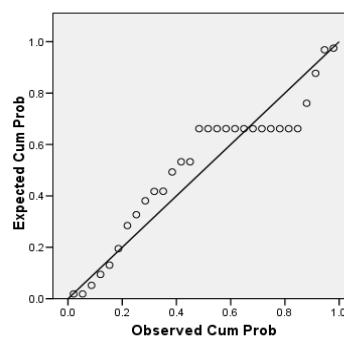
3.2 Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dalam penelitian menggunakan grafik normal P-plot, apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan arah penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, berarti data berdistribusi normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keberhasilan Usaha



Gambar 1. Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 1 output SPSS tersebut, kita dapat melihat bahwa titik-titik plotting mengikuti garis diagonalnya maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal, dengan demikian maka asumsi klasik regresi linier sederhana dalam penelitian ini dapat terpenuhi.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen variabel).

Tabel 3. Coefficients(a)

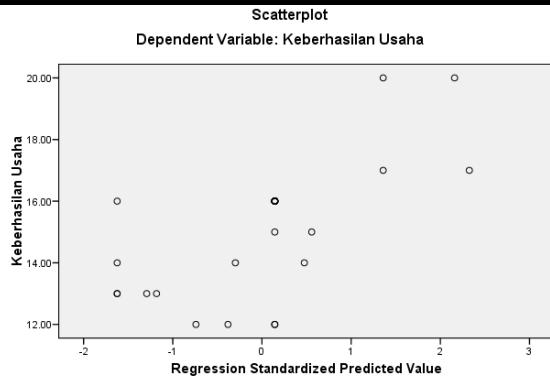
Model	Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	3,164	3,501		
	Karakteristik wirausaha	,115	,178	,823	1,215
	Inovasi Produk	,616	,156	,823	1,215

Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Dari hasil hasil uji multikolinieritas menunjukkan 2 variabel bebas tidak mengalami multikolinieritas, alasannya adalah karena nilai $VIF < 5$, jika nilai $VIF > 5$ maka terdapat gejala multikolinieritas dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastitas

Uji heteroskedastitas dilakukan dengan menggunakan grafik *Scatter Plot*. Jika titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastitas atau data homogen. Adapun gambar *Scatter Plot* uji heteroskedastitas dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 2. scatterplot

Pada grafik *Scatter Plot* hasil output *SPSS 22.00 for windows* terlihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti data telah memenuhi asumsi homogenitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.3 Pengujian Hipotesis Penelitian

Uji t (Uji Parsial)

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik bahwa data layak untuk dilakukan uji regresi linear berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel bebas terhadap variabel terikat dalam bentuk persamaan regresi linear berganda. Hasil pengujian regresi berganda dapat dilihat dalam tabel 4 berikut ini;

Tabel 4. Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	Zero-order		
1	(Constant)	3,164	3,501		,904	,374
	Karakteristik wirausaha	,315	,078	,102	4,038	,000
	Inovasi Produk	,416	,086	,621	4,837	,000

a Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Dari tabel di atas dapat di buat persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 3,164 + 0,315X_1 + 0,416X_2 + e$$

Penjelasan dari persamaan regresi berganda tersebut adalah sebagai berikut;

- 1) konstanta sebesar 3,164 menunjukkan besarnya variabel karakteristik wirausaha (X_1) dan inovasi produk (X_2) sama dengan 0, maka keberhasilan usaha (Y) sebesar 3,164.
- 2) variabel karakteristik wirausaha (X_1), memiliki nilai sebesar 0,315. Hal ini menunjukkan pengaruh sebesar 0,315 terhadap keberhasilan usaha (Y).
- 3) variabel inovasi produk (X_2), memiliki nilai sebesar 0,416. Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh inovasi produk terhadap keberhasilan usaha (Y).

Uji t (Uji Simultan)

Berdasarkan hasil analisisi dengan perhitungan statistik maka diperoleh tabel 5. Anova yang menunjukkan uji F statistik. Adapun hasil uji F pada tabel Anova dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5. ANOVA(b)

Model	Sum of Squares		df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	Residual				
1	56,415	69,051	2	28,208	51,030	,000(a)
			27	2,557		
	Total	125,467	29			

a Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Karakteristik wirausaha

b Dependent Variable: Keberhasilan Usaha



Pengaruh secara simultan menunjukkan hasil analisis pada tabel 5 di atas dapat diketahui bahwa ada pengaruh yang signifikan antara karakteristik usaha (X_1), dan inovasi produk (X_2) terhadap keberhasilan usaha (Y). Dengan nilai nilai $F_{hitung} = 51,030$ dengan signifikan 0,000.

3.4 Pembahasan

a) Pengaruh Karakteristik usaha terhadap keberhasilan usaha

Secara parsial hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan karakteristik usaha terhadap keberhasilan usaha, ini terbukti setelah dilakukan analisis dan menghasilkan data pengaruh sebesar 40,38% dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan wawancara saat penyebaran angket para responden menyebutkan beberapa poin penting sehingga penelitian ini layak untuk dijadikan referensi bagi pelaku usaha khususnya. Poin penting itu diantaranya (a) jika dalam usaha tidak memiliki karakteristik maka pelaku usaha sulit untuk mendapatkan pelanggan/konsumen yang setia, justru dengan adanya karakteristik inilah pelaku usaha memiliki pelanggannya sendiri, (b) dengan memiliki karakteristik maka akan mengikat pelanggan untuk selalu membeli produk kita, contoh karakteristik bisa berupa (rasa, harga, kemasan, bonus, pelayanan dan masih banyak lagi).

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yaitu [4]–[7], [8] dalam hasil penelitiannya menyimpulkan Hasil ini menjelaskan bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang mana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel kepribadian wirausaha memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha.

b) Pengaruh inovasi produk terhadap keberhasilan usaha

Secara parsial hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha, ini terbukti setelah dilakukan analisis dan menghasilkan data pengaruh sebesar 48,37% dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan wawancara dengan responden saat pengambilan data menyebutkan ada beberapa poin penting sehingga penelitian ini layak untuk dijadikan referensi bagi pelaku usaha khususnya. Poin penting itu diantaranya (a) dalam menjalankan usaha maka sebagai pelaku usaha dituntut untuk melakukan inovasi produknya, karena jika tidak melakukan inovasi maka tentu akan kalah dengan pelaku usaha yang lain, (b) inovasi produk melalui pemasarannya, contoh measarkan produk melalui media online, dan lain sebagainya.

Peneliti sangat menyadari dengan adanya inovasi produk maka akan memperoleh beberapa manfaat bagi pelaku usaha, manfaat itu antara lain (a) Meningkatkan Kualitas, Seiring dengan perkembangan waktu, barang yang diciptakan akan semakin usang karena tidak bisa memenuhi kebutuhan pada masa sekarang. Sehingga barang tersebut diberikan sebuah inovasi agar bisa memenuhi kebutuhan pada masa kini. (b) Memenuhi Kebutuhan Pelanggan, Kebutuhan pelanggan sebagai seorang manusia tentu akan selalu ada. Para pelanggan akan terus menuntut pemilik usaha untuk memperbaiki agar semua kebutuhan pelanggan terpenuhi. Tuntutan pelanggan ini akan memaksa pemilik usaha untuk melakukan inovasi pada produknya. Salah satu yang nyata adalah salah satu produk layanan antar jemput yang biasa digunakan oleh masyarakat. (c) Menciptakan Pasar Baru di Tengah Masyarakat, Tujuan lain dalam melakukan inovasi produk adalah untuk menciptakan pasar baru di tengah masyarakat. Produk yang diberi inovasi memberikan fitur dan perkembangan terbaru yang akan menarik minat masyarakat. Sehingga masyarakat akan membeli produk terbaru tersebut. Terkadang inovasi juga tidak selamanya memberikan perkembangan tetapi juga pengurangan fitur. (d) Mengembangkan dan Mengaplikasikan Pengetahuan dan Wawasan, Inovasi pada sebuah produk juga bertujuan untuk mengembangkan dan mengaplikasikan pengetahuan yang dimiliki oleh pemilik usaha. Dalam menciptakan inovasi pada sebuah produk, dibutuhkan wawasan yang luas dan terkini sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan. Kemudian pemilik usaha berusaha bagaimana mengaplikasikan pengetahuan yang dimiliki untuk diaplikasikan pada produk yang dibuatnya. Agar bisa mengaplikasikan ilmu pengetahuan terkini pada sebuah produk, seorang pemilik usaha harus meningkatkan wawasan dengan banyak belajar. (e) Mengganti Produk atau Layanan, Sering dijumpai beberapa pemilik usaha menarik atau menghentikan produk atau layanan yang sudah usang dari pasaran, salah satunya adalah pemilik usaha mobil. Usaha menghentikan produksi atau menarik barang yang sudah ada di pasaran bertujuan untuk memberikan inovasi dengan cara mengganti barang tersebut dengan barang yang lebih baik. Barang yang sudah usang dihentikan produksinya karena sudah tidak sesuai dengan kondisi terkini. Selain itu, produk yang sudah usang juga sudah tidak bisa dikembangkan lagi. (f) Meningkatkan Efisiensi Produk, Inovasi pada sebuah produk juga bertujuan untuk meningkatkan efisiensinya. Barang yang mengalami inovasi akan dapat melakukan tugasnya dengan tepat sasaran tanpa perlu membuang waktu lebih banyak. Sama halnya pada produk berupa aplikasi layanan antar jemput. Pada aplikasi tersebut yang semula hanya bisa digunakan untuk memesan layanan antar jemput, kini berkembang dengan pesat.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yaitu [9]. Hal ini menunjukkan bahwa variabel inovasi produk berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha, selain itu inovasi produk menggambarkan bahwa pelaku usaha kuliner sudah memiliki pemahaman yang baik akan pentingnya inovasi produk. Hasil penilaian terhadap keberhasilan usaha menggambarkan bahwa sebagian besar pelaku usaha kuliner meyakini bahwa usaha yang sedang berjalan sudah memiliki keberhasilan cukup tinggi.

c) Pengaruh Karakteristik usaha dan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha

Secara simultan hasil penelitian ini juga menunjukkan pengaruh yang cukup signifikan karakteristik usaha dan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha, ini terbukti setelah dilakukan analisis dan menghasilkan informasi pengaruh sebesar 51,030% dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan menerapkan kombinasi variabel karakteristik usaha dan inovasi produk maka secara rasional menghasilkan keputusan yang tepat yaitu keberhasilan usaha yang baik, pelaku usaha menyadari jika menerapkan keduanya maka keberhasilan dalam menjalankan usaha menjadi lebih baik, terutama di era digital seperti saat ini, produk usaha harus benar-benar memiliki karakteristik produk yang mudah diingat oleh pelanggan atau konsumen kita.

Dari 30 responden yang peneliti ambil datanya 87% mereka telah melakukan inovasi produk dan produknya telah memiliki karakteristik sesuai dengan ciri khas pelaku usahanya, dengan menerapkan keduanya maka mereka meyakini dan telah terbukti jika omzet penjualannya mengalami kenaikan yang signifikan.

Hasil penelitian ini didukung oleh [7], [5], [4], 2021, [9], [10], [6] adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Artinya karakteristik kewirausahaan dan rasa inovasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian dapat diketahui bahwa baik secara Parsial ataupun simultan, kedua variabel penelitian ini memberikan informasi (a) ada pengaruh karakteristik usaha terhadap keberhasilan usaha, (b) inovasi produk berpengaruh terhadap keberhasilan usaha, dan (c) karakteristik wirausaha dan inovasi produk berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah mendukung terlaksananya penelitian ini.

REFERENCES

- [1] H. K. Dewi, “Keberhasilan Usaha Melalui Karakteristik Wirausaha Dan Inovasi Pada Sentra Industri Keripik Pisang dan Sale Pisang di Kabupaten Sumedang,” *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia*, 2011.
- [2] J. A. Yani, A. Mangkunegara, and R. Aditama, “Sugiyono. 2017, Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. bandung: Alfabeta,” *Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment*. New York: Plenum Press, Yudistira P, Chandra, Diktat Ku, 1995.
- [3] A. Sanusi, “Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat Saputra, FE dan Lina, LF 2020. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016-2018,” *Jurnal TECHNOBIZ*, vol. 3, no. 1, 2014.
- [4] Y. Suhartini, “Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Warung Kelontong Di Kasihan Bantul Yogyakarta,” *Akmenika: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, vol. 18, no. 2, 2021.
- [5] I. Indarto and D. Santoso, “Karakteristik wirausaha, karakteristik usaha dan lingkungan usaha penentu kesuksesan usaha mikro kecil dan menengah,” *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, vol. 13, no. 1, pp. 54–69, 2020.
- [6] A. Wijayanto, “Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha: Studi Pada Sentra Usaha Kecil Pengasapan Ikan Di Krobokan Semarang,” *Jurnal Ilmu Sosial*, vol. 12, no. 1, pp. 16–28, 2013.
- [7] M. Maisaroh, “Kajian Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Ukm (Studi Kasus Sentra Industri Konveksi Dusun Mlangi Dan Sawahan Nogotirto Gamping Sleman Yogyakarta),” *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, vol. 21, no. 2, 2019.
- [8] L. Hakim and S. D. W. Prajanti, “Pengaruh karakteristik wirausaha, kemampuan manajerial, dan tenaga kerja terhadap keberhasilan usaha IKM,” *Economic Education Analysis Journal*, vol. 8, no. 2, pp. 698–712, 2019.
- [9] J. T. Wirastomo and S. B. R. Kurbandi, “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Serta Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Depot Air Minum Isi Ulang (Studi Kasus Pada Umkm Depot Air Minum Isi Ulang Di Cikarang Pusat): Studi kasus pada UMKM Depot air minum isi ulang di Cikarang Pusat,” *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, vol. 9, no. 4, pp. 1368–1377, 2023.
- [10] M. R. Bangun and D. I. Batubara, “Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Inovasi Rasa terhadap Keberhasilan Usaha Mikro pada CV. Stella Catering Medan,” *JEKKP (Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Kebijakan Publik)*, vol. 3, no. 1, pp. 16–24, 2021.

