

ANALISIS KARAKTERISTIK WIRAUSAHAWAN DAN KARAKTERISTIK BISNIS UMKM TERHADAP KESUKSESAN UMKM (STUDI PADA SEVEN PROJECT)

ANALYSIS OF ENTREPRENEURS CHARACTERISTICS AND SME CHARACTERISTICS OF SMES SUCCESS (STUDY ON SEVEN PROJECT)

Cindy Meidina¹, Sisca Eka Fitria S.T, M.M²

^{1,2} Prodi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Universitas Telkom

¹ cindymeidina@students.telkomuni-versity.ac.id, ² siscaef@gmail.com

Abstrak

Jumlah penduduk Indonesia dengan usia sangat produktif melebihi dari setengah jumlah penduduk Indonesia secara keseluruhan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2016 adalah sebanyak 258 juta jiwa yang mana didalamnya terdapat penduduk dengan usia sangat produktif sebanyak 139,86 juta jiwa. Dengan angka tersebut, ancaman tingginya tingkat pengangguran karena ketersediaan lapangan kerja yang tidak berbanding lurus semakin meningkat. Untuk menghadapi hal tersebut, keberadaan bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peran penting. Data BPS juga menunjukkan bahwa jumlah bisnis UMKM Indonesia di tahun 2016 meningkat menjadi 56,5 juta. Meski pada tahun 2016 terjadi pertumbuhan, UKM dinilai masih sarat akan tantangan. UKM terpantau masih kurang berkembang, baik di dalam negeri maupun di kancah internasional.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik pelaku usaha yang memiliki bisnis yang sukses. Tujuan lainnya ialah untuk mengetahui karakteristik bisnis UMKM yang sukses. Objek penelitian pada penelitian ini ialah Seven Project yang dinilai merupakan bisnis UMKM yang sukses.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini ialah metode analisis Miles dan Huberman. Pengumpulan data dilakukan dengan proses wawancara. Kemudian hasil wawancara diubah menjadi teks verbatim. Kemudian verbatim tersebut direduksi untuk memudahkan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan seluruh sub-variabel merupakan hal penting yang harus dimiliki pelaku usaha bisnis UMKM. Pelaku usaha perlu memiliki keterampilan yang baik, sifat yang menunjang pekerjaan mereka, orientasi berwirausaha dan kesiapan berwirausaha yang baik. Serta bisnis UMKM perlu memiliki akses modal, informasi, infrastruktur, dan perencanaan bisnis yang baik. Bisnis UMKM juga perlu adaptasi dengan teknologi, pemerintah, dan politik. Bisnis UMKM juga penting untuk memiliki strategi pemasaran yang baik.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha mengenai karakteristik seperti apa yang harus dimiliki. Diharapkan pula pelaku usaha sejenis dapat menerapkan karakteristik yang sama pada bisnis mereka. Penelitian ini juga mengharapkan partisipasi pemerintah lebih aktif dalam mendukung keberlangsungan bisnis UMKM. Serta diharapkan pula penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian lanjutan di bidang karakteristik pelaku usaha serta bisnis UMKM.

Kata Kunci: Karakteristik Wirausahawan, Karakteristik Bisnis UMKM

Abstract

The total of population with really productive stage category is more than half of the overall total of Indonesian population itself. Based on Badan Pusat Statistik (BPS), there are 258 million of population where there are 139,86 million of population with really productive stage category in 2016. With that number, the possible threat of unemployment will rise up. To overcome the problem, the existence of Small and Medium Enterprises (SMEs) hold an important role. BPS data also showed that in 2016, the total of entrepreneurs in Indonesia rose up to 56,5 million entrepreneurs. However, even though there was growth in number, SMEs still have to face challenges. SMEs are still considered not developed enough nationally and internationally.

This research aims to determine entrepreneurs' characteristics of successful SME. Another purpose is to determine characteristics of successful SME. The object of this research is Seven Project, an SME business that has been considered as a successful one.

Data analysis technique that had been used in this research is Miles and Huberman analysis method. This research does the interview to gather data. Then, the data from the interview needs to be displayed as verbatim. After that, the verbatim needs to be reduced to make it easier to conclude.

Results of this research indicate that SMEs have to have all of the sub-variables. Entrepreneurs have to have good skill, good personality to support their work, and good entrepreneurial orientation and readiness.

SMEs also have to have good capital and information access, infrastructure, and business plan. SMEs also have to adapt with technology, government, and politics. It is also important that SMEs have to have good marketing strategy.

This research is aim to be a reference for entrepreneurs about what kind of characteristics they have to have. This research also suggest that similar entrepreneurs could apply the characteristics on their business. This research also demanding on government's active participation in supporting SMEs continuity. This research also could be a reference for the next research about entrepreneurs' and also SMEs' characteristics.

Keyword: Entrepreneurs' Characteristics, SMEs Business Characteristics

1. Pendahuluan

Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2016 adalah sebanyak 258 juta jiwa yang mana didalamnya terdapat penduduk dengan usia produktif. Penduduk dengan usia produktif sendiri dibedakan oleh BPS menjadi dua kelompok yaitu kelompok Usia Sangat Produktif dengan rentang usia 15 tahun hingga 49 tahun sedangkan kelompoknya lainnya adalah kelompok Usia Produktif dengan rentang us ia 50 tahun hingga 64 tahun. Jumlah penduduk pada kelompok Usia Sangat Produktif ialah sebanyak 139,86 juta jiwa. Angka tersebut cukup mengejutkan mengingat jumlahnya yang melebihi setengah dari total jumlah penduduk dan menjadi tantangan besar bagi Indonesia terutama di bidang perekonomian karena dengan munculnya fakta tersebut maka ancaman tingginya tingkat pengangguran yang tentunya tidak berbanding lurus dengan ketersediaan lapangan kerja yang mana akan berujung pada masalah kesejahteraan penduduk. (bps.go.id, 2016)

Tantangan tersebut dapat dihadapi dengan beberapa hal, salah satunya yaitu meningkatkan pertumbuhan usaha kecil. Usaha kecil berperan penting dalam perekonomian. Dapat dinyatakan demikian karena Usaha Kecil berkontribusi besar dalam penurunan angka pengangguran akibat angkatan kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja. Usaha kecil juga telah terbukti menjadi pilar perekonomian yang tangguh.

Seperti yang dilansir Kompas.com, data BPS menunjukkan bahwa jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di tahun 2016 di Indonesia 56,5 juta. Jumlah ini cukup besar mengingat rata-rata suatu Usaha Kecil beranggotakan minimal dua orang. Usaha kecil juga menjanjikan mengingat banyaknya Usaha Kecil yang sukses. (kompas.com)

Meski pada tahun 2016 terjadi pertumbuhan, UKM dinilai masih sarat akan tantangan. UKM terpantau masih kurang berkembang, baik di dalam negeri maupun di kancan internasional. Ekonom Universitas Padjajaran, Ina Primiana menyatakan bahwa hanya 15% produk UKM yang diekspor ke luar negeri. Daya saing produk UKM Indonesia menurutnya masih rendah untuk masuk ke dalam rantai perdagangan industri global. Beliau mencatat peran UKM dalam pasar Asia hanya sebesar 0,8%. (mediaindonesia.com).

2. Dasar Teori dan Metodologi

2.1 Dasar Teori

2.1.1 Kewirausahaan

Hisrich, Peter, dan Shepherd (2010, p. 6) mengatakan bahwa kewirausahaan merupakan proses penciptaan hal baru yang memiliki nilai dengan mencurahkan waktu dan usaha yang dibutuhkan; dengan asumsi bahwa resiko keuangan, psikis, dan sosial serta ketidakpastian menyertainya; dan menerima imbalan sesuai dengan kepuasan moneter dan pribadi. ^[9]

2.1.2 Usaha Kecil

Tohar (2001) mendefinisikan usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang. ^[16]

2.1.3 Karakteristik Wirausahawan

A. Keterampilan

Omri, Frikha, dan Bouraoui (2015) mengatakan bahwa *human-capital-related* yang didalamnya termasuk salah satunya pendidikan, pelatihan, dan keterampilan secara langsung berpengaruh positif terhadap kesuksesan UKM. ^[14] Menurut Chell (2013), terdapat banyak sekali keterampilan yang bisa didapatkan dari pendidikan yang telah ditempuh, pengalaman, dan pelatihan yang dijalani dapat berpengaruh positif terhadap wirausahawan dan usahanya. ^[4]

B. Sifat Pribadi

Menurut Yusuf (1995), kualitas dan sifat pribadi seperti kepercayaan diri dan ketekunan mempengaruhi kesuksesan usaha.

C. Orientasi Berwirausaha

Orientasi Berwirausaha ialah arah atau tujuan wirausahawan dalam berwirausaha. Lumpkin dan Dess (Islam et al., 2011) mengatakan bahwa konsep orientasi berwirausaha terdiri dari lima dimensi^[10] yaitu sebagai berikut:

1. Autonomi

Autonomi didefinisikan sebagai sebuah tindakan independen oleh seseorang atau kelompok bertujuan untuk memajukan sebuah konsep atau visi bisnis.

2. Inovasi

Inovasi pada hal ini lebih mengacu pada kemauan untuk mendukung kreativitas dan banyak percobaan.

3. Pengambilan resiko

Pengambilan resiko diartikan sebagai kecenderungan untuk mengambil tindakan yang berani seperti mengeksplorasi pasar baru yang tidak diketahui sebelumnya.

4. Proaktif

Proaktif pada hal ini ialah sebuah kegiatan mencari kesempatan dan melihat perspektif kedepan.

5. Agresivitas kompetitif

Agresivitas kompetitif merefleksikan intensitas upaya suatu usaha untuk menjadi lebih unggul dalam industri.

D. Kesiapan Berwirausaha

Kesiapan berwirausaha pada penelitian Islam et al. (2011) lebih mengacu kepada efikasi diri.^[10] Istilah efikasi diri berasal dari Teori Pembelajaran Sosial milik Bandura (1977). Efikasi diri ialah kepercayaan seseorang terhadap kapabilitas dirinya dalam melakukan tugas yang diberikan.^[1] Menurut Ryan (Islam et al., 2011), persepsi diri memiliki peran penting dalam pengembangan minat berwirausaha. Minat dan sikap seseorang pada dasarnya merupakan persepsi yang mana artinya seseorang tersebut telah diajarkan dan secara terus-menerus dipengaruhi dan tidak dapat diperbaiki oleh sifat yang dibentuk sejak kecil.^[10]

2.1.4 Karakteristik Bisnis UMKM

A. Akses Modal

Chowdhury dan Amin (2011) mengatakan bahwa kurangnya modal jangka panjang merupakan penghambat kesuksesan suatu usaha.^[5] Minto (Chowdhury, Alam, dan Arif, 2013) juga menjelaskan bahwa terbatasnya simpanan pribadi dan simpanan keluarga merupakan salah satu penghambat kesuksesan.^[6]

B. Strategi Pemasaran

Berdasarkan penelitian Huck dan McEwen (Benzing, Chu, dan Kara, 2009) terhadap pemilik usaha kecil di Jamaika, mereka mengidentifikasi tiga area kompetensi paling penting yang salah satunya ialah pemasaran.^[2] Keh, Nguyen, dan Ng (Chowdhury, Alam, dan Arif, 2013) mengatakan bahwa terbatasnya akses terhadap pasar menjadi penghalang kesuksesan usaha.^[12]

C. Teknologi

Menurut Gibbons and O'connor (2003), teknologi memiliki pengaruh kuat terhadap penjualan.^[8] Hal ini tidak mengejutkan karena banyak usaha yang mempelajari mengenai teknologi terbaru untuk menasar pasar yang terbaru dan kesempatan baru. Swierczek dan Ha (Kusuma, 2013) mengatakan bahwa teknologi sangat berhubungan dengan peningkatan proses produksi. Kurangnya peralatan dan penggunaan teknologi yang ketinggalan jaman merupakan salah satu penghambat perkembangan UKM.

D. Infrastruktur

Chowdhury (Chowdhury, Alam, dan Arif, 2013) dalam penelitiannya mengenai wirausaha di Bangladesh menemukan bahwa kurangnya infrastruktur merupakan penghalang suksesnya suatu bisnis.^[6]

E. Dukungan Pemerintah

Butler (Jasra et al., 2011) mengatakan sebagian besar pemerintah di dunia berfokus pada program dukungan terhadap sektor pengembangan UKM dalam upaya menjaga stabilitas ekonomi nasional.^[11]

F. Politik

Chowdhury (2007) mengatakan bahwa permusuhan pribadi dan politik antara lawan politik dan korupsi berakar dari masyarakat Bangladesh. Hal ini memiliki pengaruh negatif terhadap kelangsungan bisnis.^[5]

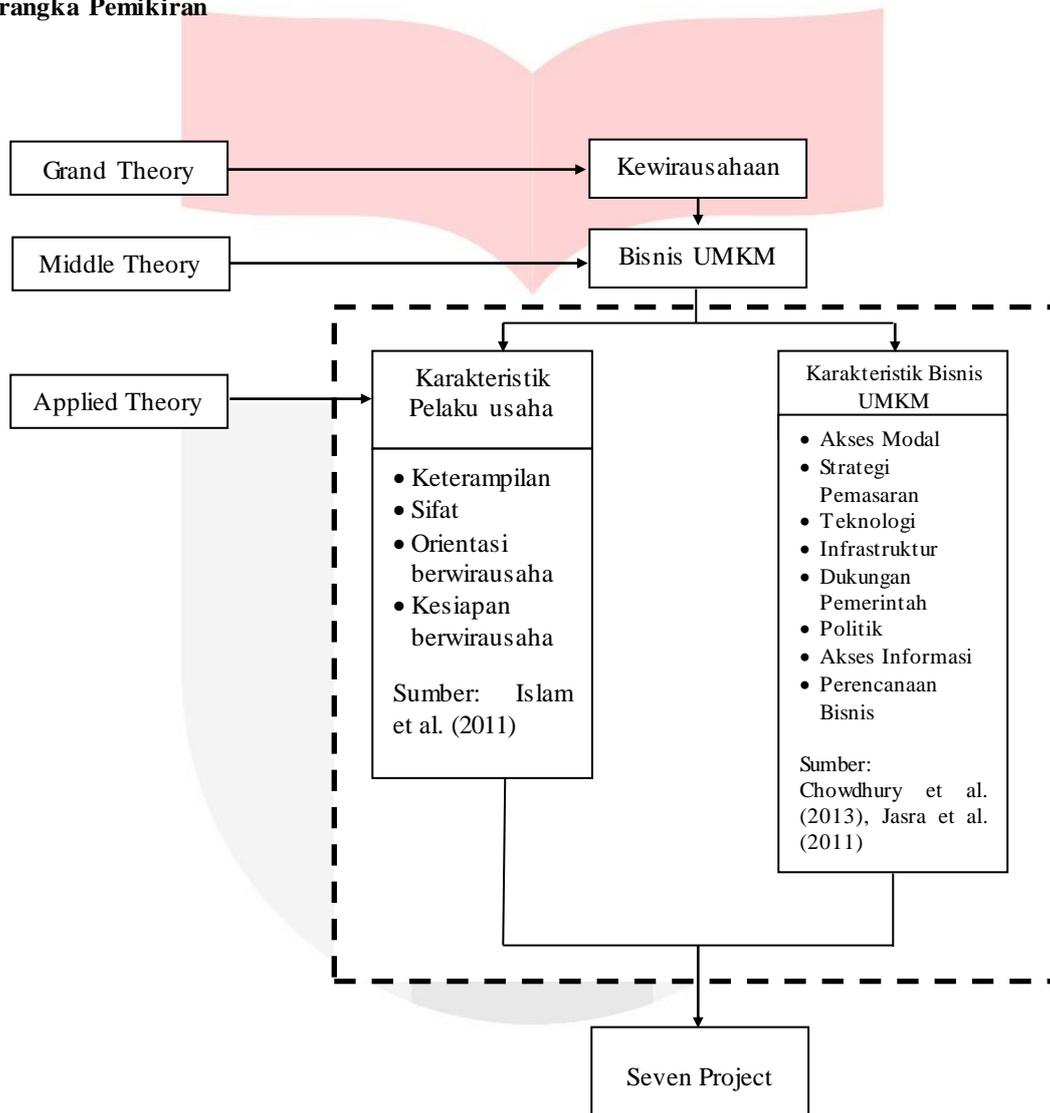
G. Akses Informasi

Menurut Kristiansen (2002), UKM memiliki akses informasi terhadap pasar yang terbatas. Hal ini dapat menghambat pencapaian kesuksesan usaha.^[13]

H. Perencanaan Bisnis

Chaston (Kusuma, 2013) mengatakan bahwa rendahnya kesadaran terhadap kebutuhan perencanaan usaha atau *Business Plan* merupakan salah satu masalah yang dihadapi UKM pada masa awal berdiri. McMahon (Kusuma, 2011) mengatakan pengembangan usaha dapat dilihat dari rencana usaha. Menurutnya, kecenderungan pandangan terhadap pengembangan usaha secara signifikan berhubungan dengan pertumbuhan usaha yang lebih baik.

2.2 Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran
(Sumber: Olahan Penulis)

3. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan melalui pembahasan yang mendalam serta sesuai dengan tujuan penelitian, maka akan ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik Wirausahawan

- A. Keterampilan: Wirausahawan dalam Seven Project memiliki keterampilan yang cukup. Keterampilan yang mereka miliki berpengaruh baik bagi bisnis yang mereka jalankan karena meningkatkan kinerja masing-masing wirausahawan sesuai dengan bidang keahlian yang dimiliki. Hal ini dapat dilihat berdasarkan tiga indikator sebagai berikut.
 - 1) Pendidikan: Masing-masing wirausahawan dalam Seven Project telah menempuh pendidikan S1 dalam bidang keahlian masing-masing
 - 2) Pengalaman: Masing-masing wirausahawan dalam Seven Project sebelumnya sempat bekerja dan atau berwirausaha
 - 3) Pelatihan: Masing-masing wirausahawan dalam Seven Project pernah mengambil pendidikan luar kampus yaitu pelatihan atau sertifikasi baik yang terkait secara langsung dengan bidang keahlian yang dimiliki maupun yang bersifat umum.
- B. Sifat Pribadi: Wirausahawan dalam Seven Project sifat pribadi yang mendukung berjalannya bisnis mereka. Hal ini dapat dilihat dari dua indikator sebagai berikut.
 - 1) Ketekunan: Masing-masing wirausahawan dalam Seven Project memiliki ketekunan. Mereka merasa diri mereka orang yang disiplin dan fokus.
 - 2) Kepercayaan diri: Masing-masing wirausahawan dalam Seven Project memiliki kepercayaan diri yang tinggi.
- C. Orientasi berwirausaha: Wirausahawan dalam Seven Project memiliki orientasi berwirausaha yang cukup baik. Orientasi berwirausaha yang cukup baik ini mempengaruhi bisnis mereka dengan cukup baik pula. Hal ini dapat dilihat dari 5 dimensi orientasi berwirausaha sebagai berikut.
 - 1) Autonomi: Masing-masing wirausahawan dalam Seven Project memiliki inisiatif yang cukup tinggi. Hal ini dibuktikan melalui inisiatif mereka dibidang keahlian mereka masing-masing yaitu bidang arsitektur, pemasaran, dan keuangan.
 - 2) Inovasi: Masing-masing wirausahawan dalam Seven Project memiliki pemikiran untuk inovasi yang cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan inovasi yang telah mereka lakukan untuk Seven Project sendiri seperti inovasi di bidang pemasaran dan bidang keuangan.
 - 3) Pengambilan resiko: Masing-masing wirausahawan dalam Seven Project merupakan orang yang berani mengambil resiko tetapi dengan perhitungan yang matang serta sesuai dengan koridor bisnis mereka.
 - 4) Proaktif: Masing-masing wirausahawan dalam Seven Project menganggap pengambilan keputusan jangka panjang merupakan hal yang penting dalam bisnis. Pengambilan keputusan jangka panjang dapat menentukan arah perusahaan. Pemanfaatan kesempatan juga dianggap hal penting hanya saja dapat dilakukan dengan perhitungan yang tepat.
 - 5) Agresifitas Kompetitif: Masing-masing wirausahawan dalam Seven Project ingin bisnisnya menjadi yang paling unggul diantara kompetitor sejenis. Guna menjadikan Seven Project menjadi yang paling unggul, Seven Project berusaha menjaga kualitas serta kreatif dan fleksibel.
- D. Kesiapan berwirausaha: Wirausahawan dalam Seven Project juga memiliki kesiapan berwirausaha yang cukup tinggi. Hal ini dapat dilihat melalui dua indikator sebagai berikut.
 - 1) Efikasi diri: Masing-masing wirausahawan dalam Seven Project memiliki efikasi diri yang cukup tinggi. Mereka merasa dapat melakukan banyak hal dan mampu menyelesaikan segala macam tugas yang diberikan kepada mereka.
 - 2) Persepsi diri: Masing-masing wirausahawan dalam Seven Project yakin memilih berwirausaha sebagai pilihan tepat untuk masa depan mereka.

2. Karakteristik Bisnis UMKM

- A. Akses Modal: Seven Project memiliki akses terhadap modal yang dikatakan mudah karena sudah memiliki *link* yang luas serta latar belakang keuangan yang cukup.
- B. Strategi Pemasaran: Seven Project menganggap pemasaran merupakan hal penting untuk dilakukan karena dapat membantu membesarkan nama Seven Projects serta membantu menggapai calon klien. Upaya pemasaran yang dilakukan ialah sewa spanduk, iklan di media sosial, serta *word of mouth*.
- C. Teknologi: Teknologi sangat berperan penting bagi kelancaran bisnis Seven Project karena dibutuhkan Seven Project akan *software* dan *hardware* yang terbaru.
- D. Infrastruktur: Infrastruktur yang dibutuhkan Seven Project ialah jaringan internet dan telepon yang memadai. Infrastruktur yang memadai dapat membantu kelancaran bisnis. Untuk saat ini, infrastruktur yang dimiliki Seven Project sudah memadai tetapi kemungkinan untuk lebih ditingkatkan masih ada.
- E. Dukungan pemerintah: Dukungan pemerintah berperan penting dalam keberlangsungan Seven Project. Hal ini terkait legalitas, perizinan, kebijakan, serta infrastruktur. Dukungan pemerintah untuk saat ini dirasa cukup tetapi akan lebih baik lagi jika birokrasi dipermudah sehingga dapat menghemat waktu dan biaya.
- F. Politik: Permasalahan politik yang terjadi di lingkungan Seven Project ialah kebijakan yang berubah-ubah sesuai dengan pejabat pemerintah yang menjabat saat ini serta fluktuasi harga material. Hal ini

mempengaruhi bisnis tapi tidak secara signifikan karena Seven Project adaptif terhadap perubahan serta melakukan tindakan preventif seperti *update* harga material.

- G. Akses informasi: Seven Project memiliki akses informasi terhadap pasar yang cukup baik. Hal ini dikarenakan adanya media sosial serta *link* yang luas yang dimiliki Seven Project.

Perencanaan bisnis: Seven Project memiliki perencanaan bisnis yang baik bagi itu di awal pendirian bisnis maupun di awal setiap proses bisnis. Seven Project membuat perencanaan dalam bentuk *business plan* atau untuk proyek yang sudah pernah dilakukan dapat digunakan perencanaan sejenis. Hal ini dilakukan agar segala kegiatan perusahaan dilaksanakan dengan lebih matang, jelas, dan lancar.

4. Kesimpulan

- A. Pelaku usaha sudah memiliki keterampilan yang cukup baik, hanya saja akan lebih baik lagi jika keterampilan yang dimiliki berada pada bidang yang sama dengan pekerjaan yang dijalani.
- B. Pelaku usaha memiliki sifat yang mendukung bisnis mereka.
- C. Secara umum, pelaku usaha memiliki orientasi berwirausaha yang cukup baik. Hanya saja, inovasi yang dilakukan dinilai belum cukup inovatif.
- D. Pelaku usaha memiliki kesiapan diri yang cukup baik melihat terdapat salah seorang narasumber yang merasa belum mampu untuk mengerjakan berbagai macam tugas yang diberikan kepada dirinya.
- E. Secara umum, Seven Project memiliki karakteristik bisnis yang cukup baik. Hanya saja, strategi pemasaran yang diterapkan dinilai masih belum cukup untuk bisnis mereka.

Daftar Pustaka:

- [1] Bandura, A. (1977). *Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change*. *Psychological Review*, Volume 84 No. 2, 191-215.
- [2] Benzing, C., Chu, H. M., & Kara, O. (2009). *Entrepreneur in Turkey: A Factor Analysis of Motivations, Success Factors, and Problems*. *Journal of Small Business Management*, Volume 47 No. 1, 58-91.
- [3] Bi.go.id. Diambil 6 Mei 2017 dari: <http://www.bi.go.id>
- [4] Chell, E. (2013). *Review of skill and the entrepreneurial process*. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Volume 19 No. 1, 6-31.
- [5] Chowdhury, M. S. (2007). *Overcoming entrepreneurship development constraints: the case of Bangladesh*. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Volume 1 No. 3, 240-251.
- [6] Chowdhury, M. S., Alam, Z., & Arif, M. I. (2013). *Success Factors of Entrepreneurs of Small and Medium Sized Enterprises: Evidence from Bangladesh*. *Business and Economic Research*, Volume 3 No. 3, 38-52.
- [7] Databoks.Katadata.co.id. Diambil 15 Mei 2017 dari: <https://databoks.katadata.co.id>
- [8] Gibbons, P. T. & O'Connor, T. (2003). *Strategic Posture, Technology Strategy and Performance Among Small Firms*. *Journal of Enterprising Culture*, Volume 11 No. 2, 131-146.
- [9] Hisrich, Robert D., Peters, Michael P., Shepherd, Dean A. (2010). *Entrepreneurship*. McGraw Hill: New York.
- [10] Islam, M. A., Khan, M. A., Obaidullah, A. Z. M., & Alam, M. S. (2011). *Effect of Entrepreneur and Firm Characteristics on the Business Success of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Bangladesh*. *International Journal of Business and Management*, Volume 6 No. 3, 289-299.
- [11] Jasra, J. M., Khan, M. A., Hunjra, A. I., Rehman, R. A. U., & Azam, R. I. (2011). *Determinants of Business Success of Small and Medium Enterprises*. *International Journal of Business and Social Science*, Volume 2 No. 20, 274-280.
- [12] Keh, H. T., Nguyen, T. T. M., & Ng, H. P. (2007). *The effects of entrepreneurial orientation and marketing information on the performance of SMEs*. *Journal of Business Venturing*, Volume 22, 592-611.
- [13] Kristiansen, S. (2002). *Competition, Innovation and Knowledge in Javanese Rural Business*. *Singapore Journal of Tropical Geography*, Volume 13 No. 1, 52-69.
- [14] Omri, A., Frikha, M. A., & Bouraoui, M. A. (2015). *An empirical investigation of factors affecting small business success*. *Journal of Management Development*, Volume 34 No. 9, 1073-1093.
- [15] Simpson, M., Tuck, N., & Bellamy, S. (2004). *Small business success factors: the role of education and training*. *Education + Training*, Volume 46 No. 8/9, 481-491.
- [16] Tohar, M. (2001). *Membuka Usaha Kecil*. Kanisius: Yogyakarta.