

## **PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, LINGKUNGAN BISNIS, MEDIA SOSIAL DAN *SELF EFFICACY* TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM SEKTOR MARITIM KOTA TANJUNGPINANG**

Nurasikin, Hj. Iranita, Roni Kurniawan  
[Nurasikin021097@gmail.com](mailto:Nurasikin021097@gmail.com)

Program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Maritim Raja Ali Haji

### **Abstract**

*This study aims to explain the influence of Entrepreneurial Orientation, Business Environment, Social Media and Self Efficacy on the Development of MSMEs in the Maritime Sector of Tanjungpinang City. The population of this study were 36 cracker business actors in Tanjungpinang City. Sampling with saturated technique, then the number of samples was 36 cracker business actors. This type of research is quantitative research. The questionnaire was tested for validity and reliability. Data analysis used multiple linear regression analysis, including t test, F test and coefficient of determination. The results showed that partially the Entrepreneurial Orientation (X1), Business Environment (X2), Social Media (X3) and Self Efficacy (X4) variables had a significant effect on the development of MSMEs (Y). The results of the F test obtained that the F value counted 760,292 with an F table value of 2.68 identifying that the entrepreneurial orientation, business environment, social media and self-efficacy variables simultaneously had a significant effect on the MSME development variable (Y). Based on the coefficient of determination test, about 98.9% of the MSME development variable is variable by Entrepreneurship Orientation, Business Environment, Social Media and Self-efficacy. The remaining 1.1% is obtained by other factors that are not included in this study.*

*Keywords: Entrepreneurship Orientation, Business Environment, Social Media, Self-efficacy and MSME Development*

### **I. Pendahuluan**

Indonesia telah mengalami krisis ekonomi yang menyebabkan jatuhnya perekonomian nasional. Banyak usaha-usaha berskala besar pada berbagai sektor mengalami stagnasi bahkan sampai berhenti aktifitasnya yang mengakibatkan usaha-usaha tersebut mengalami kebangkrutan pada tahun 1998 yang lalu. Dalam Undang-Undang No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sebagai landasan terkait kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas pada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas ekonomi nasional.

Menurut Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Kepulauan Riau UMKM Sektor Maritim di Kota Tanjungpinang berkembang dapat dilihat dari data yang ada pada tahun 2017 hingga 2019 yang menunjukkan perkembangan UMKM sektor maritim tersebut. UMKM merupakan usaha yang paling tangguh dalam menghadapi ketidakpastian keadaan ekonomi yang sering bergejolak. Selain dapat menyerap tenaga kerja yang tidak sedikit, UMKM juga sangat berperan besar dalam perekonomian daerah. Dari data di atas terdapat 112 pelaku usaha yang terdapat di Kota Tanjungpinang Yang terbagi menjadi 4 kecamatan yang pertama Kecamatan Tanjungpinang Timur terdapat 21 pelaku usaha, Kedua Kecamatan Tanjungpinang Barat terdiri dari 24 pelaku usaha,

Ketiga Kecamatan Tanjungpinang Kota Terdiri dari 55 Pelaku usaha dan Kecamatan yang terakhir yaitu Bukit Bestari terdiri dari 112 Pelaku usaha. Saat ini dari 112 pelaku usaha yang ada di Tanjungpinang hanya 78 pelaku usaha yang berkembang, Dari kecamatan Tanjungpinang timur hanya tinggal 13 pelaku usaha, Kecamatan Tanjungpinang Barat hanya tinggal 15 pelaku usaha, Kecamatan Tanjungpinang Kota hanya tinggal 40 pelaku usaha dan Bukit Bestari hanya tinggal 10 Pelaku usaha yang berkembang dan masih aktif saat ini. Sehingga peneliti mengambil UMKM yang menjual kerupuk untuk menjadikan fokus penelitian karena dari 78 pelaku usaha tersebut yang dominan ialah usaha kerupuk sebanyak 36 pelaku usaha. Ada beberapa masalah atau penyebab yang pelaku usaha alami sehingga tidak biasa mengembangkan usaha mereka dan tidak biasa mempertahankan usaha tersebut seperti kurangnya inovasi dalam usaha itu sendiri padahal inovasi adalah titik penting dalam dunia kewirausahaan itu sendiri, Kurangnya inovasi ini juga menyebabkan lambatnya perkembangan usaha dan kebangkrutan suatu usaha mereka, contoh kurangnya inovasi dalam penelitian ini seperti kemasan yang kurang menarik sehingga membuat minat membeli konsumen juga berkurang. Di Tanjungpinang ini sendiri tingkat persaingan memang sangat tajam karena banyaknya pelaku-pelaku usaha yang memproduksi produk yang sama, dilingkungan yang sama hanya dengan nama yang berbeda, contohnya seperti kerupuk yang ada di swalayan-swalayan banyak sekali hal ini juga biasa dikatakan tingkat persaingan yang tinggi sehingga pelaku usaha harus mempunyai strategi tersendiri untuk memasarkan usahanya supaya usahanya tetap bertahan dan berkembang ada beberapa pelaku usaha yang juga tidak memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran, According to Kaplan & Haenlein (2018) *social media is a group of internetbased applications built on the ideological and technological mind framework of Web 2.0 and allows to shape the creativity of users in providing information and communicating between users.*

Kemudian Kurangnya *Self efficacy* pada pelaku UMKM Di Tanjungpinang. Menurut Bandura dalam Yusuf(2018) mendefinisikan *self efficacy* adalah rasa kepercayaan seseorang bahwa ia dapat menunjukkan perilaku yang dituntut dalam suatu situasi yang spesifik. Kurangnya *Self efficacy* pada pelaku UMKM Di Tanjungpinang seperti tingkat kepercayaan diri terhadap usaha yang dijalankan, seperti merasa cemas terhadap saingan yang semakin banyak, respon baik atau buruk dari konsumen, dan naik turunnya ekonomi. Sehingga timbulnya rasa tidak percaya diri dari pihak pelaku usaha. Maka dibutuhkan motivasi agar meningkatkan *self efficacy* dari pelaku usaha dengan mengikuti pelatihan-pelatihan yang akan menimbulkan tingkat percaya diri dalam usaha yang lebih kedepannya. *Self efficacy* harus dimiliki dalam pelaku usaha karena kepercayaan seseorang atas kemampuannya dalam menguasai situasi dan menghasilkan sesuatu yang menguntungkan sehingga pelaku UMKM harus konsentrasi terhadap usaha yang dijalani. Dari pemaparan diatas tadi peneliti melihat ada beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha tersebut yaitu orientasi kewirausahaan, lingkungan bisnis, media sosial dan *self efficacy*.

Berdasarkan permasalahan teori dan hasil penelitian terdahulu serta latar belakang diatas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul : **Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Lingkungan Bisnis, Media Sosial Dan *Self Efficacy* terhadap Perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang.**

#### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang?
2. Apakah lingkungan bisnis berpengaruh terhadap perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang?
3. Apakah media sosial berpengaruh terhadap perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang?
4. Apakah *self efficacy* berpengaruh terhadap perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang?

5. Apakah orientasi kewirausahaan, lingkungan bisnis, media sosial dan *self efficacy* berpengaruh terhadap perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang?

### **Tujuan Penelitian**

Sesuai perumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang.
2. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan bisnis terhadap perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang
3. Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang
4. Untuk mengetahui pengaruh *self efficacy* terhadap perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang
5. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan, lingkungan bisnis, media sosial dan *self efficacy* terhadap perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang.

## **II. Metode Penelitian**

### **A. Populasi**

Menurut Sugiyono(2018) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah pada pelaku UMKM kerupuk Kota Tanjungpinang sebanyak 36 pelaku UMKM.

### **B. Sampel**

Menurut Sugiyono(2018) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 36 Pelaku UMKM kerupuk Kota Tanjungpinang.

### **C. Teknik Pengambilan Sampel**

Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Menurut Sugiyono (2018) teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relative kecil atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Maka dapat disimpulkan bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 36 Pelaku UMKM kerupuk sektor maritim Kota Tanjungpinang.

### **D. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Menurut Sugiyono(2018), sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data yaitu sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Dalam penelitian ini untuk mendapat data yaitu dengan membagi kuesioner kepada para pelaku UMKM secara langsung.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono(2018), sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini adalah melalui referensi jurnal dan hasil penelitian terdahulu.

## D. Metode Analisis

Analisis data penelitian merupakan bagian dari proses pengujian data setelah tahap pemilihan dan pengumpulan data. Sebuah penelitian memerlukan sebuah analisis data yang diharapkan mampu memberikan solusi pada pertanyaan penelitian untuk menjadi dasar penelitian.

### Uji Kualitas Data

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{table}$  untuk tingkat signifikansi 5 persen dari *degree of freedom* (df)= n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika  $r_{hitung} > r_{table}$  maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid, demikian sebaliknya bila  $r_{hitung} < r_{table}$  maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

#### 2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016:48), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

### Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:154), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal. Jika signifikan  $> 0,05$  maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya.

#### 2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016:103), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang ada ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Dengan pengambilan keputusan jika ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance*  $> 0,10$  atau *VIF*  $< 10$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

#### 3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual atau pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Apabila hasil uji diatas level signifikan ( $> 0,05$ ) berarti tidak terjadi heteroskedastisitas, begitu sebaliknya.

#### 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen Ghozali(2016).Selain itu analisis regresi juga digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis. Adapun analisis regresi pada penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (Perkembangan UMKM)

A = Konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_4$  = Koefisien garis regresi

$x_1, x_2, x_3, x_4$  = Variabel independen (Orientasi Kewirausahaan, Lingkungan Bisnis, Media Sosial, *Self Efficacy*)

e = Error atau variabel pengganggu

## Pengujian Hipotesis

### 1. Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2016:97), uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variable penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variable dependen.

Dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$

Apabila  $t_{tabel} > t_{hitung}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

Apabila  $t_{tabel} < t_{hitung}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

### 2. Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2016:99) Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen ( $X_1$  dan  $X_2$ ) secara bersama-sama terhadap Variabel Intervening ( $Y_1$ ) yaitu Komitmen organisasi dan mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen ( $X_1$  dan  $X_2$ ) Terhadap ( $Y_2$ ) yaitu Profesionalisme kinerja.

Dengan pengambilan keputusan sebagai berikut:

Dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$

Apabila  $F_{tabel} > F_{hitung}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

Apabila  $F_{tabel} < F_{hitung}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

### 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat Ghozali (2016:95). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (*Hard skill* dan *soft skill*) serta variabel intervening (Komitmen organisasi) dalam menjelaskan variasi variabel dependen yaitu profesionalisme kinerja.

## III. Hasil dan Pembahasan

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Tingkat kepercayaan = 95%, dengan taraf kesalahan  $\alpha = 5\%$ , untuk  $n = 36$ , maka  $r_{tabel}$  adalah 0,2709. Ini berdasarkan tabel r, jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pengujian validitas tersebut *valid*, karena  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan butir instrumen *valid* akan digunakan dalam penelitian, jika butir pertanyaan itu tidak *valid* maka tidak digunakan dalam penelitian ini. Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah kuesioner dapat memberikan ukuran yang konstan atau tidak. Teknik yang digunakan adalah teknik koefisien *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ )  $> 0.60$ .

### Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat kepercayaan 5% atau 0,05. Uji Kolmogorov-Smirnov dilihat dari nilai *symp.Sig.*, dengan kriteria uji sebagai berikut: Jika *Asymp.Sig.*  $> 0,05$  maka data mengikuti distribusi normal. Jika *Asymp.Sig.*  $< 0,05$  maka data mengikuti distribusi tidak normal.

**Tabel 1**  
**Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.34723845
Most Extreme Differences	Absolute	.112
	Positive	.112
	Negative	-.087



Test Statistic	.112
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	
d. This is a lower bound of the true significance.	

(Sumber: Output Data Olahan SPSS)

Dari tabel diatas, dapat dilihat nilai Asymp.Sig sebesar  $0,200 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini mengikuti distribusi normal.

## 2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas dilakukan dengan menggunakan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *tolerance*. Suatu model dikatakan bebas dari multikolonieritas apabila nilai *VIF* yang kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,10. Hasil dari pengujian multikolonieritas dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Multikolonieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
OK	.693	1.442
LB	.295	3.991
MS	.516	1.936
SE	.269	3.721

a. Dependent Variable : UMKM

(Sumber: Output Data Olahan SPSS)

Dari tabel diatas, dapat dilihat nilai tolerance semua variabel indenpenden  $> 0,10$  dan nilai VIF semua variabel indenpenden  $< 10,00$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas antar variabel indenpenden dalam model regresi pada penelitian ini.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual atau pengamatan ke pengamatan yang lain. Prasyarat dalam model regresi adalah tidak terjadinya heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat menggunakan uji Glejser. Jika Variabel indenpenden signifikan secara statistic mempengaruhi variable dependen, maka ada indikasi terjadinya Heteroskedastisitas.

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.945	.618		-1.530	.136
	Orientasi_Kewirausahaan	.031	.016	.367	1.876	.070
	Lingkungan_bisnis	-.018	.025	-.215	-.718	.478
	Media_Sosial	-.004	.021	-.048	-.213	.833
	Self_Efficacy	.038	.021	.563	1.792	.083

a. Dependent Variable: ABS\_RES

(Sumber: Output Data Olahan SPSS)

Dari tabel diatas terlihat bahwa tidak ada satupun variable independen yang signifikan secara statistic mempengaruhi variable dependen ABS\_RES. Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5% maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi perkembangan UMKM berdasarkan masukan variabel independen orientasi kewirausahaanl, lingkungan bisnis, media sosial dan *self efficacy*.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil dari uji regresi linear berganda pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.418	1.263		-4.292	.000
	Orientasi_Kewirausahaan	.097	.033	.063	2.918	.007
	Lingkungan_bisnis	.357	.050	.236	7.094	.000
	Media_Sosial	1.307	.042	.779	31.048	.000
	Self_Efficacy	.107	.043	.086	2.474	.019

a. Dependent Variable: Perkembangan\_UMKM

(Sumber: Output Data Olahan SPSS )

Berdasarkan tabel diatas dapat disusun persamaan regresi linear berganda dan diinterpretasikan sebagai berikut:

$$\text{Perkembangan\_UMKM} = -5.418 + 0.97 \text{ OK} + 0.357 \text{ LB} + 1.307 \text{ MS} + 0.107 \text{ SE} + e$$

1. Nilai konstanta (a) sebesar -5.418, artinya jika nilai variabel orientasi kewirausahaan, lingkungan bisnis, media sosial dan *self efficacy* dianggap tidak ada atau sama dengan 0, maka nilai perkembangan UMKM Kota Tanjungpinang sama dengan -5.418.
2. Nilai koefisien regresi variabel orientasi kewirausahaan adalah sebesar 0.97. Nilai orientasi kewirausahaan menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel perkembangan UMKM dengan orientasi kewirausahaan yang artinya jika orientasi kewirausahaan mengalami peningkatan 1 (satu) poin, maka perkembangan UMKM akan mengalami peningkatan sebesar 0.97 dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya tetap.
3. Nilai koefisien regresi variabel lingkungan bisnis adalah sebesar 0.357. Nilai lingkungan bisnis menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel perkembangan UMKM dengan lingkungan bisnis yang artinya jika lingkungan bisnis mengalami peningkatan 1 (satu) poin, maka perkembangan UMKM akan mengalami peningkatan sebesar 0.357 dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya tetap.
4. Nilai koefisien regresi variabel media sosial adalah sebesar 1.307. Nilai media sosial menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel perkembangan UMKM dengan media sosial yang artinya jika orientasi kewirausahaan mengalami peningkatan 1 (satu) poin, maka perkembangan UMKM akan mengalami peningkatan sebesar 1.307 dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya tetap.
5. Nilai koefisien regresi variabel *self efficacy* adalah sebesar 0,107. Nilai *self efficacy* menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel perkembangan UMKM dengan *self efficacy* yang artinya jika *self efficacy* mengalami peningkatan 1 (satu) poin, maka perkembangan UMKM akan mengalami peningkatan sebesar 0107 dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya tetap.

## Pengujian Hipotesis

### Hasil Uji Statistik t

Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing independen secara individual terhadap variabel dependen. Jika nilai probabilitas atau signifikansi  $\alpha > 0,05$  maka variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh terhadap perkembangan UMKM, jika  $\alpha < 0,05$  maka variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap perkembangan UMKM. Sedangkan  $t_{tabel}$  yang dicari pada alpha 0.05 (*two tailed*) adalah 2.039. Uji ini juga dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , atau  $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ , maka  $H_1$  diterima

Berdasarkan nilai signifikan sebagai dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

Sig.  $> \alpha$ , untuk  $\alpha = 5\%$ , maka  $H_0$  ditolak

Sig.  $< \alpha$ , untuk  $\alpha = 5\%$ , maka  $H_1$  diterima

Hasil dari uji t dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Statistik t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.418	1.263		-4.292	.000
	Orientasi_Kewirausahaan	.097	.033	.063	2.918	.007
	Lingkungan_bisnis	.357	.050	.236	7.094	.000
	Media_Sosial	1.307	.042	.779	31.048	.000
	Self_Efficacy	.107	.043	.086	2.474	.019

a. Dependent Variable: Perkembangan\_UMKM

(Sumber : Data diolah 2020)

### Hipotesis 1 : Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang

$H_0$  : .Orientasi kewirausahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang

$H_1$  : .Orientasi kewirausahaan secara parsial berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang

Variabel orientasi kewirausahaan dengan nilai sig 0.007 dan nilai  $t_{hitung}$  2.918. Ini berarti nilai sig lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ( $< 0,05$ ). Dan berdasarkan perbandingan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ , didapat bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.918 > 2.039$ ) dari hasil dapat dijelaskan bahwa orientasi kewirausahaan sebagai orientasi untuk menjadi yang pertama dalam hal inovasi di pasar, memiliki sikap untuk mengambil risiko, dan proaktif terhadap perubahan yang terjadi pasar. UMKM yang memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat akan memiliki kemampuan untuk melakukan inovasi lebih kuat dibandingkan usaha lain.

Maka dalam hal ini,  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, sehingga Orientasi kewirausahaan secara parsial berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang.

### Hipotesis 2 : Pengaruh Lingkungan Bisnis Terhadap Perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang

$H_0$  :Lingkungan bisnis secara parsial tidak berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang

$H_2$  :Lingkungan Bisnis secara parsial berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang



Variabel Lingkungan bisnis dengan nilai sig 0.000 dan nilai  $t_{hitung}$  7.094. Ini berarti nilai sig lebih besar dari taraf signifikansi 0.05 ( $>0.05$ ). Dan berdasarkan perbandingan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ , didapat bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $7.094 < 2.039$ ) dari hasil ini dapat dijelaskan bahwa dalam hal ini lingkungan bisnis bias dikatakan sangat berpengaruh terhadap perkembangan usaha karena didalam lingkungan itu sendiri terdapat elemen dan faktor yang dapat mendorong atau menghambat perkembangan suatu bisnis. Maka dalam hal ini,  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak, sehingga lingkungan bisnis secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM sektor maritim Kota Tanjungpinang

### **Hipotesis 3 : Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang**

$H_0$  : Media Sosial secara parsial tidak berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang

$H_3$  : Media Sosial secara parsial berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang

Variabel media sosial dengan nilai sig 0.000 dan nilai  $t_{hitung}$  31.048. Ini berarti nilai sig lebih besar dari taraf signifikansi 0.05 ( $>0.05$ ). Dan berdasarkan perbandingan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ , didapat bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $31.048 < 2.039$ ) dari hasil ini dapat dijelaskan bahwa media sosial juga berpengaruh terhadap perkembangan usaha karena media social merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Media sosial menjad bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak UMKM dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan dan klien. Maka dalam hal ini,  $H_3$  diterima dan  $H_0$  ditolak, sehingga media sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang.

### **Hipotesis 4 : Pengaruh Self Efficacy Terhadap Perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang**

$H_0$  : *Self Efficacy* secara parsial tidak berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang

$H_4$  : *Self Efficacy* secara parsial berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang

Variabel *Self Efficacy* dengan nilai sig 0.019 dan nilai  $t_{hitung}$  2.474 Ini berarti nilai sig lebih besar dari taraf signifikansi 0.05 ( $>0.05$ ). Dan berdasarkan perbandingan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ , didapat bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $2.474 < 2.039$ ) hal ini dapat diartikan bahwa *self efficacy* ini memang berpengaruh terhadap perkembangan usaha karena seseorang yang memiliki *self efficacy* tinggi akan mampu mengerjakan suatu hal dengan tingkat kesulitan yang tinggi dengan berusaha semaksimal mungkin meskipun tidak begitu menguasai tugas dengan baik. Maka dalam hal ini,  $H_4$  diterima dan  $H_0$  ditolak, sehingga *Self efficacy* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM sektor maritim Kota Tanjungpinang.

### **Uji Secara Simultan (Uji F)**

Pengujian secara simultan atau bersama-sama dilakukan dengan menggunakan uji statistik F. Uji F ini digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi secara bersama-sama terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikan 0.05. Tingkat signifikan adalah sebesar 5% dengan degree of freedom (df) = 31 Sehingga  $F_{tabel} = 2.68$ . Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_1$  diterima

Berdasarkan nilai signifikan sebagai dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

$Sig > \alpha$ , untuk  $\alpha = 5\%$ , maka  $H_0$  ditolak

$Sig < \alpha$ , untuk  $\alpha = 5\%$ , maka  $H_1$  diterima

Hasil uji f dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 6**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	414.002	4	103.501	760.292	.000 <sup>b</sup>
	Residual	4.220	31	.136		
	Total	418.222	35			
a. Dependent Variable: Perkembangan_UMKM						
b. Predictors: (Constant), Self_Efficacy, Orientasi_Kewirausahaan, Media_Sosial, Lingkungan_bisnis						

(Sumber : Data diolah 2020)

**H<sub>0</sub> : Orientasi Kewirausahaan, Lingkungan Bisnis, Media Sosial dan *Self Efficacy* secara simultan tidak berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang.**

**H<sub>5</sub> : Orientasi Kewirausahaan, Lingkungan Bisnis, Media Sosial dan *Self Efficacy* secara simultan berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang.**

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi 0,000 dan nilai F<sub>hitung</sub> 2.68. Ini berarti nilai sig lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Dan berdasarkan perbandingan F<sub>hitung</sub> dengan F<sub>tabel</sub> (F<sub>tabel</sub> α = 0,05, df=31) didapat F<sub>hitung</sub> 760.292 lebih besar dari F<sub>tabel</sub> yaitu 2.68 (760292 > 2.68). Maka dalam hal ini H<sub>5</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak yang menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan, Lingkungan Bisnis, Media Sosial dan *Self Efficacy* secara simultan berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang.

#### Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Adapun hasil analisis koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.28**  
**Hasil Pengujian Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.995 <sup>a</sup>	.990	.989	.369
a. Predictors: (Constant), Self_Efficacy, Orientasi_Kewirausahaan, Media_Sosial, Lingkungan_bisnis				

(Sumber : Data diolah 2020)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa angka R disebut koefisien korelasi antara variabel Orientasi Kewirausahaan, Lingkungan Bisnis, Media Sosial dan *Self Efficacy* adalah 0.989. Ini artinya hubungan antara variabel Orientasi kewirausahaan, Lingkungan bisnis, Media Sosial dan *Self Efficacy* dengan Perkembangan UMKM adalah kuat (signifikan) sebesar 98.9.0% *Adjusted R<sup>2</sup>* dalam penelitian ini adalah 0.989 hal ini menunjukkan bahwa sebesar 98.9% Perkembangan UMKM sector maritime Kota Tanjungpinang dipengaruhi oleh Orientasi Kewirausahaan, Lingkungan Bisnis, Media Sosial dan *Self Efficacy*. Sedangkan sisanya sebesar 1.1% dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

## **Pengembangan Hipotesis**

### **1. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang.**

Hal ini dapat dijelaskan bahwa orientasi kewirausahaan pada UMKM Tanjung pinang sangat dibutuhkan karena orientasi peran utama dalam hal inovasi di pasar, memiliki sikap untuk mengambil risiko, dan proaktif terhadap perubahan yang terjadi dipasar. UMKM yang memiliki orientasi kewirausahaan akan memiliki kemampuan untuk melakukan inovasi lebih kuat dibandingkan usaha lain. UMKM Tanjungpinang memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat, sehingga akan lebih berani untuk mengambil risiko, dan tidak hanya bertahan pada strategi masa lalu. Pada lingkungan yang dinamis seperti saat ini, orientasi kewirausahaan jelas merupakan hal yang sangat penting bagi kelangsungan hidup usaha.

### **2. Pengaruh Lingkungan Bisnis terhadap Perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang.**

Lingkungan bisnis berpengaruh terhadap perkembangan UMKM Tanjungpinang karena Lingkungan selalu memberi pengaruh yang signifikan bagi siapa saja, termasuk Usaha atau koperasi. Usaha tidak akan tumbuh dengan baik, jika lingkungan usaha yang mengitarinya tidak kondusif. Sekalipun usaha itu dikelola oleh manajemen profesional dan didukung kemampuan modal yang cukup. Penelitian ini juga sejalan dengan Setyawati (2013) yang menyatakan lingkungan bisnis juga menjadi faktor dalam pertumbuhan usaha karena Kondisi dan Peran lingkungan bisnis yang terdapat dalam usaha ini meliputi lingkungan bisnis internal dan eksternal.

### **3. Pengaruh Media Sosial terhadap Perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang.**

Media sosial di era globalisasi sekarang sangat berkembang dengan pesat sehingga bisa digunakan dalam hal apapun termasuk dalam mengembangkan usaha. Maka, media sosial berperan penting dalam UMKM diTanjungpinng sehingga bisa menambah pendapatan yang lebih banyak. Media sosial sebagai alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Peneliti Purwiantoro(2016) menyatakan bahwa media social juga berpengaruh terhadap perkembangan usaha karena Bagi sebagian besar UKM manfaat penggunaan media sosial adalah untuk komunikasi personal dengan konsumen, Pemasaarn dan iklan, mendata kebutuhan konsumen, memberikan respon pada konsumen, membantu pengambilan keputusan dan sebagai forum diskusi dengan konsumen.

### **4. Pengaruh *Self Efficacy* terhadap Perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang.**

*Self efficacy* berpengaruh terhadap pengembangan UMKM Tanjungpinang dapat dilihat bahwa seseorang yang memiliki tinggi akan mampu mengerjakan suatu hal dengan tingkat kesulitan yang tinggi dengan berusaha semaksimal mungkin meskipun tidak begitu menguasai tugas dengan baik. Seseorang yang memiliki *self efficacy* rendah tidak akan mampu mengerjakan suatu hal dengan baik karena tidak yakin dengan kemampuannya meskipun tugasnya mudah. Mei Ie(2013) menyatakan bahwa *self efficacy* atau efikasi diri sangat berpengaruh teradap keberhasilan usaha karena pengusaha yang memiliki efikasi diri yang tinggi, berarti memiliki kepercayaan diri akan memiliki kemampuan untuk bekerja dalam mengorganisasi, mengawasi dan meraih kesuksesan. Dengan demikian keberhasilan usaha dapat mereka raih.

### **5. Pengaruh Orientasi kewirausahaan, Lingkungan bisnis, Media Sosial dan *Self Efficacy* terhadap Perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang.**

Orientasi kewirausahaan yang kuat, akan lebih berani untuk mengambil risiko, dan tidak cuma bertahan pada strategi masa lalu. Pada lingkungan yang dinamis seperti saat ini, orientasi kewirausahaan jelas merupakan hal yang sangat penting bagi kelangsungan usaha. Adaptasi terhadap lingkungan diduga mampumempengaruhi perkembangan UMKM. Media sosial juga sebagai alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas

#### IV. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan judul Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Lingkungan Bisnis, Media Sosial dan Self efficacy terhadap perkembangan UMKM sector Maritim Kota Tanjungpinang, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel orientasi kewirausahaan dengan nilai sig 0.007 dan nilai thitung 2.918. Ini berarti nilai sig lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ( $< 0,05$ ). Dan berdasarkan perbandingan thitung dengan ttabel, didapat bahwa thitung  $>$  ttabel ( $2.918 > 2.039$ ). Maka dalam hal ini, H1 diterima dan H0 ditolak, sehingga Orientasi kewirausahaan secara parsial berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang..
2. Variabel Lingkungan bisnis dengan nilai sig 0.000 dan nilai thitung 7.094. Ini berarti nilai sig lebih besar dari taraf signifikansi 0.05 ( $> 0.05$ ). Dan berdasarkan perbandingan thitung dengan ttabel, didapat bahwa thitung  $<$  ttabel ( $7.094 > 2.039$ ). Maka dalam hal ini, H2 diterima dan H0 ditolak, sehingga kepemimpinan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM sektor maritim Kota Tanjungpinang.
3. Variabel media sosial dengan nilai sig 0.000 dan nilai thitung 31.048. Ini berarti nilai sig lebih besar dari taraf signifikansi 0.05 ( $> 0.05$ ). Dan berdasarkan perbandingan thitung dengan ttabel, didapat bahwa thitung  $<$  ttabel ( $31.048 > 2.039$ ). Maka dalam hal ini, H3 diterima dan H0 ditolak, sehingga media sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan UMKM Sektor Maritim Kota Tanjungpinang.
4. Variabel Self Efficacy dengan nilai sig 0.019 dan nilai thitung 2.474. Ini berarti nilai sig lebih besar dari taraf signifikansi 0.05 ( $> 0.05$ ). Dan berdasarkan perbandingan thitung dengan ttabel, didapat bahwa thitung  $<$  ttabel ( $2.474 > 2.039$ ). Maka dalam hal ini, H4 diterima dan H0 ditolak, sehingga Self efficacy secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM sektor maritim Kota Tanjungpinang.
5. Orientasi Kewirausahaan, Lingkungan Bisnis, Media Sosial dan Self efficacy berpengaruh secara simultan terhadap perkembangan UMKM sector Maritim Kota Tanjungpinang

#### IV. Daftar Pusaka

Akhirman. (2015). *Buku praktis kewirausahaan*. Tanjungpinang.

Ardiyanto, A. (2018). Analisis Penggunaan Media Sosial Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Di Desa Kemas Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali. *Skripsi*, 1-100.

Cahyono, D.A. (2013). *Kewirausahaan (Penanaman jiwa kewirausahaan)*. Malang.

Ghozali, H. I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 21. Semarang.

Hartono, B. (2012). *Ekonomi Bisnis*. Malang.

Ie, M. (2013). Pengaruh Efikasi Diri Dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pemilik Toko Pakaian Di Pusat Grosir Metro Tanah Abang, Jakarta.

Kurniawan, I. S. (2016). Pengaruh Lingkungan Bisnis Dan Strategi Operasi Terhadap Kinerja Operasional Pada Ukm Kerajinan Gerabah Kasongan Bantul. *Jurnal Ilmiah*, 6-16.

Muharam, H. (2019). Orientasi Kewirausahaan dan Karakteristik Perusahaan terhadap Perkembangan Usaha (Studi pada Industri Kecil Bidang Agro dan Hasil Hutan di Kabupaten Garut). *jurnal wawancara ekonomi*, 009-021.

Purwiantoro, M. H. (2016). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm).

- Rizkia, N. (2018). Analisis Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Sebelum Dan Sesudah Memperoleh Pembiayaan Dari Bank Umum Syariah. *Skripsi*, 1-16.
- Saksongko, W. N. (2017). Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sebelum Dan Sesudah Menerima Pembiayaan Murabahah Pada Bmt Jannah Pucung Sragen. *Skripsi*, 1-109.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Sari, I. Y. (2016). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Ukm Kota Makassar. *Skripsi*, 1-143.
- Setyawan, E. C. (2013). Karakteristik Kewirausahaan Dan Lingkungan Bisnis Sebagai Faktor Penentu Pertumbuhan Usaha (Studi Ikm Di Sentra Kerajinan Rotan Amuntai Kab. Hulu Sungai Utara, Provinsi Kalimantan Selatan) . *Administrasi Bisnis*.
- Setiawati, M. (2015). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen . *Jurnal Ilmiah*, 1-10.
- Setiawardani, L. (2015). Analisis Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Di Pesantren Annabil.
- Visantia, M. I. (2013). Pengaruh Efikasi Diri Dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pemilik Toko Pakaian Di Pusat Grosir Metro Tanah Abang, Jakarta. *Manajemen*.
- Witjaksa, H. P. (2014). Analisis Orientasi Kewirausahaan Dan Sumber Daya Internal Perusahaan Terhadap Kinerja Melalui Keunggulan Bersaing (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Furniture Kabupaten Jepara). *Jurnal Bisnis Strategi*, 83-110.
- Yusuf, I. (2018). Pengaruh Self Efficacy Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt Beta Mandiri Wiradana. *Skripsi*, 1-60.