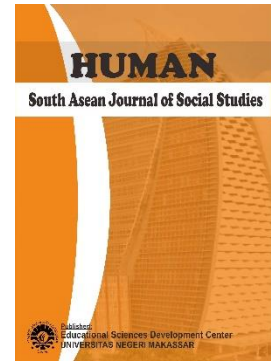


The Influence of Creativity and Innovation on Business Performance (Studies on Online Business Actors in Makassar)

Indra Rukmala Nur¹, Inanna², Muhammad Rakib³, Muhammad Hasan⁴, Rahmatullah⁵

Universitas Negeri Makassar^{1,2,3,4,5}

E-mail: indrarukmala17@gmail.com¹



Abstract. This study aims to describe the creativity, innovation and performance of online businesses in Makassar and the influence of creativity and innovation on business performance (a study of online business people in Makassar). This research uses a quantitative approach and a type of correlational research. The data collection technique is done by observing, documenting and distributing questionnaires (questionnaires). The population in this study is an unknown number of online business people in the city of Makassar and the number of samples needed in this study is as many as 64 people who are considered to be able to describe or answer the aims and problems of the researcher. The analysis technique used is multiple linear regression. The results showed that online business people in the city of Makassar had a level of creativity, innovation and business performance dominated by the medium category. Partially, the creativity variable has a positive effect on business performance, and the innovation variable has a positive effect on the business performance of online business people in Makassar, while simultaneously the creativity and innovation variables have a positive and significant effect on the business performance of online business people in the city of Makassar.

Keywords: Creativity, Innovation, Business Performance.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis yang terjadi pada saat ini telah mengalami kemajuan yang cukup pesat, sehingga memberikan peranan yang lebih besar pada inisiatif dan kreativitas yang dimiliki oleh masyarakat melalui berbagai hal seperti teknologi informasi, transportasi, ekonomi, sosial budaya, politik dan elemen organisasi yang ada di masyarakat. Pada era globalisasi seperti ini, teknologi informasi mengalami perkembangan yang sangat kompleks dan pesat dalam beberapa tahun terakhir yang berdampak pada berbagai aspek kehidupan, termasuk pada dunia bisnis. Pemanfaatan internet di Indonesia yang semakin tinggi, terlebih dengan semakin mudahnya masyarakat mengakses internet melalui berbagai sarana, terutama sarana bergerak (*mobile devices*). Perkembangan pengguna internet tersebut mendorong terjadinya suatu potensi besar terciptanya bisnis online. Oleh sebab itu peluang untuk menjalankan bisnis online semakin terbuka bagi pelaku bisnis di Indonesia. Bisnis online adalah kegiatan jual beli atau perdagangan elektronik yang memungkinkan konsumen untuk dapat langsung membeli barang atau jasa dari penjual melalui media internet menggunakan sebuah web browser. Bisnis online membuat kita semakin mudah memilih produk tanpa menghabiskan waktu dan tenaga. Karena kemudahan inilah membuat bisnis online semakin diminati.

Dalam menjalankan bisnis online tentu saja tidak mudah, banyak tantangan-tantangan yang harus dihadapi, baik itu persoalan dari individunya sendiri maupun dari luar, menjadi seorang pembisnis harus mampu mengendalikan diri (*locus of control*) dalam menyikapi usaha yang dijalaniannya. Saat ini persaingan semakin ramai karena banyak orang yang menjadi pengusaha, sehingga masing-masing bisnis saling berlomba menciptakan kreativitas dan inovasi terbaru demi mempertahankan eksistensinya. Dapat dipastikan tidak adanya inovasi akan membuat konsumen merasa bosan, meninggalkan produk tersebut, dan bisa dipastikan bisnis akan tenggelam di tengah ketatnya persaingan. Inilah yang mendorong para pelaku bisnis, baik skala kecil maupun besar dituntut untuk selalu kreativitas dan selalu berinovasi untuk meningkatkan daya saing usahanya. Hal ini dikarenakan keinginan konsumen yang selalu berubah – ubah dan ketidakpastian lingkungan. Pelaku bisnis yang memiliki kreativitas dan kemampuan berinovasi tinggi akan lebih baik dalam merespon lingkungan dan mengembangkan kemampuan baru yang akan meningkatkan kinerja bisnis.

Kreativitas dan kemampuan inovasi bisnis sangat penting bagi bisnis untuk mengeksplorasi peluang baru dan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Adapun permasalahan pada kreativitas dan inovasi pelaku bisnis online di kota Makassar adalah pada umumnya diwarnai oleh lemahnya kemampuan para pelaku bisnis dalam memprediksi atau membaca dan menganalisis lingkungan internal dan eksternal yang kemudian dapat di gunakan untuk meningkatkan produktivitas. Dalam faktor internal permasalahan muncul dari kurangnya pengembangan inovasi dengan hal – hal yang baru sehingga mempengaruhi suatu kinerja bisnis. Para pelaku bisnis

kurang memperhatikan dalam hal melakukan perbaikan pada produk, proses, pemasaran yang telah ada, sehingga usahanya cenderung tidak memiliki nilai yang lebih di mata para konsumen. Sedangkan faktor eksternal seperti teknologi, suplier, konsumen, pesaing, distributor, tenaga kerja.

Memahami kreativitas (daya cipta) akan memberikan dasar yang kuat untuk membuat modul atau perangkat tentang kewirausahaan. Kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai usaha pengambilan risiko untuk menjalankan usaha sendiri dengan memanfaatkan peluang-peluang untuk menciptakan usaha baru atau dengan pendekatan yang inovatif sehingga usaha yang dikelola berkembang menjadi besar dan mandiri dalam menghadapi tantangan persaingan (Inanna, Rahmatullah & Nurdiana, 2019). Berkewirausahaan merupakan proses dinamis atas penciptaan tambahan kekayaan. Kekayaan yang diciptakan oleh individu yang berani mengambil risiko utama dengan syarat-syarat kewajaran, waktu, dan atau komitmen karier atau penyediaan nilai untuk berbagai barang dan jasa. Produk dan jasa tersebut tidak atau mungkin baru atau unik, tetapi nilai tersebut bagaimana pun juga harus dipompa oleh usahawan dengan penerimaan dan penempatan kebutuhan ketrampilan dan sumber-sumber daya (Sriyuni et al., 2020). Menurut Rakib & Arifin (2018) Pembelajaran wirausaha sangat diperlukan bagi seorang wirausaha dalam memulai bisnis dan mengembangkan usaha meningkatkan kemampuan dalam mengidentifikasi dan mengembangkan peluang usaha yang ada, membangun jejaring usaha, serta menentukan strategi usaha yang paling tepat. Menurut hasil penelitian (Hasan et al., 2019) berdasarkan hasil analisis jalur diketahui bahwa terdapat pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap kinerja usaha melalui mediasi pembentukan modal keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan harus dimulai dan dikembangkan dalam lingkungan keluarga. Kegagalan dan keberhasilan usaha keluarga sektor kuliner dalam mengembangkan usahanya sangat ditentukan oleh proses pendidikan kewirausahaan yang berlangsung secara informal dalam keluarga.

Suryana, 2003:10 menyatakan bahwa kreativitas adalah: "Berpikir sesuatu yang baru"."Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang". Manusia kreatif mempunyai ciri- ciri yakni: keterbukaan dalam pengalaman, melihat sesuatu dengan cara yang tidak biasa, keingintahuan, menerima dan menyesuaikan yang kelihatannya berlawanan, menerima perbedaan, dan percaya pda diri sendiri. Kreativitas wirausaha dapat diukur dari pengertian kreativitas itu sendiri yaitu terdiri dari mencipta, memodifikasi dan mengkombinasi.

Inovasi sebagai suatu "obyek" juga memiliki arti sebagai suatu produk atau praktik baru yang tersedia bagi aplikasi, umumnya dalam konteks komersial. Keberhasilan seorang pebisnis akan tercapai apabila berfikir dan melakukan sesuatu yang baru atau sesuatu yang lama yang dilakukan dengan cara yang baru (Pramayani & Adnyani, 2018). Inovasi (*innovation*) adalah kemampuan untuk menerapkan solusi

kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau memperkaya kehidupan orang-orang (Sumantri, 2013).

Inovasi mengacu pada upaya perusahaan yang ditujukan menemukan produk dan / atau layanan baru, dan peningkatan sistem dan proses yang ada atau kecenderungan perusahaan untuk mengembangkan dan mendukung ide-ide baru, eksperimen dan proses kreatif yang dapat menghasilkan produk, layanan atau proses teknologi baru. Inovasi mengarah pada pencapaian kesuksesan bisnis oleh mengambil keuntungan dari peluang baru yang muncul perubahan dalam lingkungan bisnis (Milovanovic & Wittine, 2014). Menurut Kodrat & Christina (2015), Tujuan inovasi adalah memecahkan masalah yang tepat dengan cara yang tepat. Untuk memulainya, amati dan dengarkanlah konsumen produk yang sudah ada serta tangkap keinginan mereka.

Menurut Hartini (2012), mengatakan menilai seberapa baik aktivitas dan proses yang dilakukan pelaku usaha merupakan hal yang mendasar dalam meningkatkan profitabilitas, sehingga untuk itu perlu digunakan ukuran kinerja yang dirancang untuk menilai seberapa baik hasil akhir yang dicapai. Kinerja usaha kecil juga sangat ditentukan oleh sikap kewirausahaan yang dimiliki oleh para wirausaha. Ada beberapa karakteristik sikap kewirausahaan, antara lain sikap inovatif, pengambilan resiko, dan proaktif, disiplin, komitmen tinggi, jujur, kreatif dan inovatif, mandiri, dan realistis, jujur dalam bertin- dak dan bersikap, rajin, tepat waktu dan tidak pemalas, selalu murah senyum, lemah lembut dan ramah tamah, sopan santun dan hormat, selalu ceria dan pandai bergaul, fleksibel dan suka menolong pelanggan, serius dan memiliki rasa tanggung jawab, dan rasa memiliki perusahaan yang tinggi (Rakib, 2010).

Menurut Rakib, Yunus & Amin (2018) bahwa kemampuan masyarakat yang dapat dikembangkan tentunya banyak sekali seperti kemampuan untuk berusaha, kemampuan untuk mencari informasi, kemampuan untuk mengelola kegiatan, kemampuan dalam hal masih banyak lagi sesuai dengan kebutuhan atau permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat. Usaha seperti ini tentu saja sangat minim modal, namun terbukti efektif dalam meraup laba yang cukup besar. Apabila para pelaku bisnis mengeluarkan biaya yang relatif rendah namun profit yang dihasilkan banyak maka akan membuat menjamurnya bisnis online karena tergiur akan keuntungan ini dikarenakan penawaran dari pasar akan keuntungan ekonomi.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu menggunakan analisis data secara mendalam dalam bentuk angka. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian korelasi yaitu mempelajari hubungan dua variabel yakni sejauh mana variasi dalam satu variabel berhubungan dengan variabel yang lainnya. Subjek dalam penelitian ini adalah pelaku bisnis online di kota Makassar.

Populasi dalam penelitian ini adalah Pelaku Bisnis Online di Kota Makassar

yang tidak diketahui jumlahnya. Teknik pengambilan sampel menggunakan probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel Sugiyono (2010).. Jenis probability sampling yang digunakan adalah jenis purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 64 orang yang dianggap sudah bisa menggambarkan atau menjawab apa yang menjadi tujuan dan permasalahan peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan uji validasi menunjukkan bahwa item dari setiap variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah valid. Ditunjukkan dari nilai *Pearson Correlation* untuk beberapa item pertanyaan pada masing-masing variabel memiliki tanda bintang atau item pertanyaan $> 0,246$ sedangkan dari pengujian reliabilitas instrument penelitian, menunjukkan *cronbach alpha* $> 0,600$ maka dapat disimpulkan bahwa instrument yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat konsistensi jawaban responden yang layak atau reliable. Adapun hasil uji reliabilitas digambarkan dalam table berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	r- kritis	Kriteria
Kreativitas	0,886	0,600	Reliable
Inovasi	0,849	0,600	Reliable
Kinerja Bisnis	0,937	0,600	Reliable

Sumber : Hasil olah data angket 2020

Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif variabel kreativitas menggunakan program computer SPSS 22,0. Berdasarkan hasil yang diperoleh, diketahui bahwa 9 (14,2%) pelaku bisnis online memiliki tingkat kreativitas dalam kategori tinggi, 24 (37,4%) pelaku bisnis online memiliki tingkat kreativitas dalam kategori sedang, dan 31 (48,6%) pelaku bisnis online memiliki tingkat kreativitas dalam kategori rendah. Dapat diketahui bahwa kreativitas pelaku bisnis online sebagian besar dalam kategori rendah. Adapun hasil analisis deskriptif variabel kreativitas (X1) digambarkan dalam table berikut:

Tabel 2. Penggolongan Kategori Analisis Deskriptif Variabel Kreativitas

No	Interval Kelas Nilai	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1	>81	9	14,2	Tinggi
2	75-81	24	37,4	Sedang
3	<75	31	48,6	Rendah

Sumber : Hasil olah data angket 2020

Analisis deskriptif variabel inovasi menggunakan program computer SPSS 22,0. Berdasarkan hasil yang diperoleh, diketahui bahwa 5 (7,8%) pelaku bisnis online

memiliki tingkat inovasi dalam kategori tinggi, 47 (85,8%) pelaku bisnis online memiliki tingkat inovasi dalam kategori sedang, dan 4 (6,4%) pelaku bisnis online memiliki tingkat inovasi dalam kategori rendah. Dapat diketahui bahwa inovasi pelaku bisnis online sebagian besar dalam kategori sedang. Adapun hasil analisis deskriptif variabel inovasi (X2) digambarkan dalam table berikut:

Tabel 3. Penggolongan Kategori Analisis Deskriptif Variabel Inovasi

No	Interval Kelas Nilai	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1	>82	5	7,8	Tinggi
2	71-82	47	85,8	Sedang
3	<71	4	6,4	Rendah

Sumber : Hasil olah data angket 2020

Analisis deskriptif variabel kinerja bisnis menggunakan program computer SPSS 22,0. Berdasarkan hasil yang diperoleh, diketahui bahwa tidak ada pelaku bisnis online yang memiliki kinerja bisnis dalam kategori tinggi, sedangkan 52 (81%) pelaku bisnis online memiliki kinerja bisnis dalam kategori sedang, dan 12 (19%) pelaku bisnis online memiliki kinerja bisnis dalam kategori rendah. Dapat diketahui bahwa kinerja bisnis pelaku bisnis online sebagian besar dalam kategori sedang. Adapun hasil analisis deskriptif variabel kinerja bisnis (Y) digambarkan dalam table berikut:

Tabel 4. Penggolongan Kategori Analisis Deskriptif Variabel Kinerja Bisnis

No	Interval Kelas Nilai	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1	>55	0	0	Tinggi
2	46-55	52	81	Sedang
3	<46	12	19	Rendah

Sumber : Hasil olah data angket 2020

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normal atau tidaknya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Pengujian normalitas data dengan menggunakan uji normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* program computer SPSS for windows versi 22. Suatu data dikatakan berdistribusi normal pada taraf signifikan 5% jika nilai *Asymp. Sig* lebih dari 0,05. Berdasarkan perhitungan dengan SPSS 22 for windows, didapat nilai signifikan variabel kreativitas 0,832 dan nilai signifikan variabel inovasi 0,975. Maka dapat dikatakan nilai *Asymp. Sig* dari kedua variabel bebas antara kreativitas dan inovasi terhadap kinerja bisnis terdistribusi secara normal karena nilai yang dihasilkan > 0,05. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5 Hasil Uji Normalitas Data *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test*

No	Variabel	<i>Asymp.Sig</i>	Kategori
1	Kreativitas	0,832	Normal
2	Inovasi	0,975	Normal

Sumber : Hasil olah data angket 2020

Uji Linearitas

Suatu data dikatakan linear apabila nilai signifikan *deviation from linearity* lebih besar dari taraf signifikan 0,05. Berdasarkan perhitungan dengan SPSS 22 *for windows*, didapat nilai signifikan *deviation from linearity* variabel kreativitas terhadap kinerja bisnis online sebesar 0,061 dan nilai signifikan *deviation from linearity* variabel inovasi terhadap kinerja bisnis online sebesar 0,832. Nilai signifikan *deviation from linearity* dari hubungan antara kinerja bisnis online dan kreativitas serta kinerja bisnis online dan inovasi tersebut memiliki nilai diatas 0,05 maka data tersebut linear. Hasil uji linearitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 6. Uji Linearitas

No	Variabel	<i>Signifikansi deviation from linearity</i>	Taraf Signifikan	Keterangan
1	Kreativitas terhadap kinerja bisnis	0,061	0,05	Linear
2	Inovasi terhadap kinerja bisnis	0,832	0,05	Linear

Sumber : Hasil olah data angket 2020

Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian menggunakan analisis regresi berganda yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Kreativitas (X1) dan Inovasi (X2) terhadap Kinerja Bisnis Online (Y) pada pelaku bisnis online di Kota Makassar. Berdasarkan perhitungan SPSS 22,0 *for windows* dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 7. Uji Regresi Bergamda

Variabel	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
(Constant)	10.991	6.697		1.641	.006
Kreativitas	.214	.105	.269	2.050	.045
Inovasi	.306	.100	.400	3.053	.003
$r : .607^a$					
$r^2: 0,369$					

Sumber : Hasil olah data angket 2020

Berdasarkan tabel 7 maka diperoleh nilai a (konstan) sebesar 10.991, koefisien X1 sebesar 0.214 dan X2 sebesar 0,306 sehingga apabila dimasukkan kedalam persamaan regresi di peroleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 10.991 + 0,214X_1 + 0,306X_2$$

Nilai korelasi (R) variabel kreativitas dan inovasi sebesar 0,607 hal ini menunjukkan bahwa hubungan kreativitas dan inovasi secara bersama-sama terhadap kinerja bisnis online sebesar 0,607 atau sebesar 60,7% artinya cukup besar. Sedangkan nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,369 artinya bahwa pengaruh variabel kreativitas dan inovasi secara bersama terhadap kinerja bisnis online sebesar 0,369 atau sebesar 36,9% artinya cukup dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain sebesar 63,1%.

Uji Signifikan Secara Parsial

Berdasarkan perhitungan SPSS 22,0 *for windows* maka diperoleh nilai T-hitung dan nilai signitifikan setiap variabel. Untuk membuat kesimpulan menerima atau menolak H_0 , terlebih dahulu harus ditentukan nilai T-tabel yang akan digunakan. Nilai T_{tabel} dapat dilihat pada table statistic untuk signifikan 0,05 dengan $df = n-k$. Dimana k = jumlah variabel (bebas + terikat) dan n = jumlah observasi/sampel pembentuk regresi. Jadi $df = 64-3 = 61$. Hasil diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,67022 (lihat pada lampiran $t_{\text{tabel sig 0,05}}$).

Hasil pengujian pengaruh secara parsial setiap variabel independen (kreativitas dan inovasi) pada pelaku bisnis online di kota Makassar.

1) Pengaruh Kreativitas Secara Parsial Terhadap Kinerja Bisnis Pada Pelaku Bisnis Online di Kota Makassar

Berdasarkan output diketahui nilai T-hitung kreativitas sebesar 2.050. Jika dibandingkan dengan nilai T-tabel 1,670 maka T-hitung yang diperoleh lebih besar dari pada T-tabel, dan nilai signifikan kreativitas sebesar 0,045 lebih kecil dari taraf signitifikan 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kreativitas berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja bisnis pelaku bisnis online di kota Makassar.

2) Pengaruh inovasi Secara Parsial Terhadap Kinerja Bisnis Pada pelaku Bisnis Online di Kota Makassar

Berdasarkan output diketahui nilai T-hitung kualitas produk sebesar 3.053. Jika dibandingkan dengan nilai T-tabel 1,670 maka T-hitung yang diperoleh lebih besar dari pada T-tabel, dan nilai signifikan kualitas produk sebesar 0,003 lebih kecil dari taraf signitifikan 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja bisnis pelaku bisnis online di kota Makassar.

Uji Signifikan Secara Simultan

Untuk mengetahui variabel-variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak secara simultan terhadap variabel terikat digunakan nilai F. Untuk membuat kesimpulan menerima atau menolak H_0 , terlebih dahulu harus ditentukan nilai F-tabel yang akan digunakan. Dengan menggunakan tingkat signifikan 5% dengan df_1

= $(k-1)$ dan $df_2 = (n-k)$. Dimana k = jumlah variabel (bebas+terikat) dan n = jumlah observasi/sampel pembentuk regresi. Jadi $df_1 = (3 - 1) = 2$ dan $df_2 = (64 - 3) = 61$ maka diperoleh nilai F-tabel sebesar 3,15.

Hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan SPSS 22 *from windows* dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Signifikan Secara Simultan (Nilai F)

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	Sig.
1	Regression	407.682	1	203.841	17.808
	Residual	698.255	61	11.447	.000 ^a
	Total	1105.937	63		

Sumber : Hasil Olah Data Angket, 2020

Berdasarkan tabel 8 kita dapat lihat bahwa nilai F hitung > nilai F table ($17.808 > 3,15$) dengan tingkat signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel independen kreativitas (X1) dan inovasi (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen kinerja bisnis online (Y).

KESIMPULAN

Pelaku bisnis online di kota Makassar memiliki tingkat kreativitas, inovasi dan kinerja bisnis yang bervariasi, yaitu kategori tinggi, rendah dan sedang. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji analisis deskriptif variabel. Secara persial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kreativitas terhadap kinerja bisnis pelaku bisnis online di kota Makassar dilihat dari indikator mencipta, memodifikasi dan mengkombinasi. Dan secara persial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara inovasi terhadap kinerja bisnis pelaku bisnis online di kota Makassar dilihat dari indikator inovasi produk, inovasi proses dan inovasi pasar. Sedangkan secara simultan kreativitas dan inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis pelaku bisnis online di kota Makassar.

DAFTAR PUSTAKA

- Bojan Moric Milovanovic, & Wittine, Z. (2014). Analysis of External Environment's Moderating Role on the Entrepreneurial Orientation and Business Performance Relationship among Italian Small Enterprises. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 5(3), 224–229.
- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(1), 82–88.
- Hasan, M., Musa, C. I., Arismunandar, Tahir, T., & Azis, M. (2019). Entrepreneurship Education , Family Capital , and Family Business Performance in Makassar , South Sulawesi , Indonesia. *International Journal of Scientific Development and Research*, 4(6), 269–272.

- Inanna, Rahmatullah, & Nurdiana. (2019). Pembelajaran kewirausahaan berbasis hand made. *Seminar Nasional Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Negeri Makassar*, 173–176.
- Kodrat, D. S., & Christina, W. (2015). *Entrepreneurship Sebuah Ilmu*. Jakarta. Erlangga.
- Pramayani, A. A. S. D. I., & Adnyani, I. G. A. D. (2018). Pengaruh Pemberdayaan, Perilaku Inovatif, dan Motivasi Kerja Terhadap Produktifitas Kerja Karyawan Bumbu Bali Restoran Tanjung Benoa Badung, Bali. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 1–152.
- Rakib, M. (2010). Pengaruh Model Komunikasi Wirausaha, Pembelajaran Wirausaha, dan Sikap Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Kecil. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 17(2), 121–129.
- Rakib, M., & Arifin, M. (2018). Standarisasi Usaha Kecil : Suatu Studi Kelayakan Usaha Rumah Makan di Kabupaten Enrekang Standardization of Small Businesses : A Feasibility Study of Restaurants in Enrekang Regency. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik*, 8(1), 69–78.
- Rakib, M., Yunus, M., & Amin, N. (2018). Creative Industry Development Based on Entrepreneurship Training in Developing Local Economy in Parepare City. *OIKOS Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 2(1), 32–45.
- Sriyuni, S., Syam, A., Rahmatullah, Rakib, M., & Dinar, M. (2020). Pengaruh Aksesibilitas Dan Kualitas Produk Terhadap Pertumbuhan Bisnis Online (Studi Kasus Bisnis Kosmetik Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar). *Social and Educational Studies*, 1(2), 9–19.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sumantri, B., Fariyanti, A., & Winandi, R. (2013). Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Kinerja Usaha Wirausaha Wanita: Suatu Studi pada Industri Pangan Rumahan di Bogor. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 12(3), 252–277.
- Suryana. (2003). *Pedoman Praktis Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Edisi Revisi). Jakarta. Salemba Empat.