
KREATIVITAS DAN *PSYCHOLOGICAL CAPITAL* PENGUSAHA BATU TEMPLEK DI KABUPATEN PURWAKARTA

Hasemi Fauzi Ma'mun
Dedeng Abdul Gani Amrulloh
Amna Mawardi

Program Studi Manajemen - STIE DR. KHEZ Muttaqien Purwakarta
hasemi.fauzi@gmail.com

Program Studi Manajemen - STIE DR. KHEZ Muttaqien Purwakarta
dedeng.amrullah@gmail.com

Program Studi Manajemen - STIE DR. KHEZ Muttaqien Purwakarta
annamawardi@gmail.com

Article Info

Article History :

Received 26 January 2019

Accepted 14 February 2019

Available Online 01 March 2019

Abstract

The purpose of this study is to determine the effect of creativity on the performance of SMEs. Population in this research is all of micro enterprise in templek stone industry in Purwakarta, number of sample used in this research is 21 micro enterprise, all member of population is used as sample. Primary data obtained through the distribution of questionnaires to the respondents ie owners or managers of SMEs, while secondary data obtained from BPS and other relevant agencies related to research, data analysis methods used in this study is multiple linear regression with the help of the program IBM SPSS version 23 . Based on the results of research and testing has been done show that partially creativity significantly influence the performance of SMEs templek stone, furthermore, the results of research and testing of psychological capital variable is known to have a partial influence not significant to performance, simultaneously or creativity and psychological capital have a positive and significant effect on the performance of Batu Templek micro enterprise in Purwakarta.

Keyword :

Entrepreneurship, Creativity,

Psychological Capital,

Performance.

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan perekonomian di

indonesia, selain kontribusinya yang besar terhadap perekonomian di Indonesia, dengan adanya sektor UMKM juga pengangguran akibat

angkatan kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja menjadi berkurang, Selain itu UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia. ini membuktikan bahwa UMKM mampu menjadi salah satu sektor yang tangguh dalam meningkatkan perekonomian indonesia. Bukan hanya itu UMKM juga membantu mengolah Sumber Daya Alam yang ada disetiap daerah dengan memanfaatkan berbagai Sumber Daya Alam yang berpotensi di suatu daerah yang belum diolah secara komersial. Hal ini berkontribusi besar terhadap pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia.

Selain kontribusinya terhadap perekonomian dan pencipta lapangan kerja baru, UMKM juga berperan dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi indonesia setelah krisis moneter pada tahun 1997, salah satu alasan mengapa UMKM dapat bertahan dalam krisis moneter tahun 1997 adalah dikarenakan sebagian besar UMKM diIndonesia tidak mendapat modal dari bank, maka dari itu ketika sektor perbankan mengalami keterpurukan dan naiknya suku bunga bank tidak banyak mempengaruhi sektor UMKM karena diIndonesia banyak UMKM yang mempergunakan modal sendiri dari tabungan pribadi dan aksesnya terhadap bank sangat rendah.

Kinerja merupakan salah satu ukuran tingkat kesuksesan didalam mencapai sasaran perusahaan, Ardyan, (2016) dalam Ardyan Dan Putri (2016). Jadi kinerja adalah hasil kerja yang didapat atau dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang

dalam suatu perusahaan, dan kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang di hasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu sesuai dengan standar yang ditetapkan. Sebagian besar permasalahan yang dihadapi UMKM saat ini di antaranya aspek modal, sumber daya manusia (SDM), pemasaran dan lainnya termasuk dalam diri pelaku usaha itu sendiri.

Beragamnya perkembangan UMKM yang ada di indonesia di karenakan beragamnya kondisi dan karakteristik daerah tempat UMKM itu tumbuh dan berkembang. Oleh sebab itu produk dari UMKM dari setiap daerah memiliki ciri khas masing-masing serta memiliki keunggulan yang berbeda-beda yang dapat menjadikan identitas untuk daerah UMKM tersebut.

Batu templek merupakan salah satu industri yang tergolong usaha atau industri kreatif yang memanfaatkan hasil dari alam yaitu batu alam, salah satu sentra industri batu templek unggulan di Kabupaten Purwakarta adalah di Kecamatan Kiara Pedes, industri batu templek di kecamatan Kiara Pedes mempunyai kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian daerah dari dahulu hingga sekarang dan menjadi produk unggulan untuk daerah Kiara Pedes dengan jumlah Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) yang produktif sekitar 21 unit usaha yang terdaftar di Badan Pusat Statistik (BPS) Purwakarta.

Permasalahan yang dihadapi UMKM pada umumnya diwarnai dengan kemampuan para pelaku usaha dalam memprediksi atau membaca lingkungan internal dan eksternal. Dalam faktor internal permasalahan muncul dari kurangnya

kreativitas akan hal-hal baru yang dapat mempengaruhi suatu kinerja usaha. Kemampuan kreatif berarti membiarkan pikiran manusia agar berpikir secara bebas dan luas dalam membangkitkan sesuatu hal yang baru atau menghasilkan gagasan yang baru untuk menyelesaikan berbagai masalah dan membuat suatu produk yang baru untuk bisa lebih menarik orang lain, di sentra industri batu templek yang ada di Kecamatan Kiara Pedes banyak pengusaha yang tidak mengembangkan kreativitasnya dalam membuat hal baru dalam produk mereka sehingga tidak memberikan sesuatu yang unik dan menarik kepada konsumen, seperti bentuk produk batu templek yang hanya itu-itu saja, sehingga tidak ada perbedaan produk usaha mereka dengan produk produk usaha yang lain yang sejenis.

Selain kreativitas, modal psikologi wirausaha dapat

Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini memiliki tujuan yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh variabel kreativitas dan modal psikologi

Deskriptif verifikatif merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Teknik analisis yang di-gunakan adalah analisis regresi linier berganda. Ada dua buah

KAJIAN PUSTAKA

Wirausaha

Wirausaha adalah seseorang yang berusaha berfikir berbeda, *entrepreneur*/wirausaha berasal dari bahasa perancis, sehingga

memberikan peran yang penting dalam memajukan usaha, contohnya mengenai kepercayaan diri wirausaha dalam menghadapi berbagai macam tantangan, memiliki rasa optimis tentang kesuksesan dimasa kini dan dimasa yang akan datang, serta tidak mudah menyerah dalam mencapai tujuan, perusahaan yang memiliki kreativitas dan modal psikologi yang kuat akan mampu meningkatkan kemampuan usaha tersebut dalam menghadapi persaingan didunia usaha.

Berdasarkan dari pemaparan latar belakang diatas, penulis akan melakukan sebuah penelitian dengan memilih faktor kreativitas dan modal psikologi (*psychological capital*) sebagai penyebab utama dalam menentukan kinerja suatu UMKM, ini dikarenakan peran kreativitas dan modal psikologi dapat berpengaruh secara terhadap kemajuan dan keberhasilah suatu usaha.

terhadap kinerja UMKM batu templek di kecamatan kiara pedes baik secara parsial maupun simultan.

Metodologi Penelitian

pengujian dalam penelitian ini. Pertama uji instrumen atau data melalui uji validitas, reliabilitas, normalitas, dan linieritas. Kedua uji hipotesis melalui uji t dan uji F.

terjemahannya mengandung banyak arti, ada yang berpendapat bahwa *entrepreneur* berarti jiwa yang bebas atau berani memutuskan untuk

dirinya sendiri. Namun kalau di terjemahkan secara literatur *entrepreneur* berarti “*Between Taker*” atau “*Go Between*” (Hisrich, Robert D; Michael P. Peters dan Dean A. Shepherd, 2004. *Entrepreneur*, edisi 6. Boston: McGraw Hill) dalam Hendro (2011:23). Definisi umumnya adalah orang yang berani memutuskan dan mengambil risiko dari satu pekerjaan, proyek, ide, atau lebih pilihan dimana semua pilihannya memiliki manfaat dan risiko yang berbeda-beda.

Pengertian lain di jelaskan oleh Joseph Schumpeter dalam Buchari Alma (2016) bahwa yang di maksud dengan *entrepreneur* adalah orang

Salah satu kemampuan utama yang dapat mempengaruhi perkembangan manusia kearah yang lebih baik dalam kehidupan adalah kreativitas. Wirausaha melakukan sebuah proses yang di sebut *creative destruction* untuk menghasilkan suatu nilai tambah (*added value*) guna mendapatkan suatu nilai yang tinggi. Untuk itu keterampilan wirausaha berintikan kreativitas (Hendro 2011:29).

Zimmerer dalam Buchari Alma (2016) mengatakan bahwa kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide baru dan menemukan cara baru dalam melihat peluang ataupun problem yang di hadapi. Kemudian menurut Utami Munandar (1999:45) dalam Erny Untari (2016) menjelaskan bahwa yang dinamakan kreativitas adalah kemampuan yang mencerminkan kelancaran, keluwesan, dan orisinilitas dalam berfikir serta kemampuan mengelaborasi.

yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru, dengan menciptakan bentuk organisasi yang baru atau mengolah bahan baku baru. Kemudian definisi yang lebih luas di jelaskan juga oleh Bygrave (1994:2 dalam Buchari Alma dan Dedeng (2016) bahwa seorang *entrepreneur* adalah orang yang melihat adanya peluang kemudian menciptakan sebuah organisasi untuk memanfaatkan peluang tersebut, jadi dalam pengertian ini menekankan pada setiap orang yang memulai suatu bisnis yang baru.

Kreativitas

Berdasarkan definisi dari Utami Munandar (1999:45) dalam Erny Untari (2016) dimensi kreativitas adalah sebagai berikut: Berpikir lancar/cepat (*Fluent thinking*) atau kelancaran yang menyebabkan seseorang mampu mencetuskan banyak gagasan, jawaban, penyelesaian masalah atau pertanyaan; Berpikir luwes (*Flexible thinking*) atau kelenturan yang menyebabkan seseorang mampu menghasilkan gagasan, jawaban atau pertanyaan yang bervariasi; Berpikir Orisinil (*Original thinking*) yang menyebabkan seseorang mampu melahirkan ungkapan-ungkapan yang baru dan unik atau menemukan kombinasi-kombinasi yang tidak biasa dari unsur-unsur yang biasa; Keterampilan mengelaborasi (*Elaboration ability*) yang menyebabkan seseorang mampu memperkayadan mengembangkan suatu gagasan.

Modal psikologi

Indiarti dan Langenberg (2004) dalam Reni Shinta (2013) merumuskan faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha diantaranya adalah Modal Psikologis, Karakteristik *Entrepreneur*, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia dan Karakteristik UMKM.

Psychological Capital dikemukakan oleh Prof. Fred Luthans dalam bukunya yang berjudul "*Psychological Capital: Developing the Human Competitive Edge*". Konsep *psychological capital* menggabungkan *human capital* dan *social capital* untuk memperoleh keuntungan kompetitif melalui investasi atau pengembangan "*who you are*" and "*what you can become*". Luthans & Avolio, 2003; Jensen & Luthans, 2006; Luthans, *et al.*, 2007 dalam Nurfaizal (2016). *Psychological Capital* berasal dari penelitian perilaku dan didefinisikan sebagai suatu pernyataan positif individual mengenai perkembangan psikologi, Luthans *et al.*, (2007) dalam Lina (2015).

Psychological Capital menurut Luthans *et al.*, (2007) dalam Nurfaizal (2016) adalah kondisi perkembangan positif seseorang dan di karakteristik oleh 4 sifat, yaitu: Pertama, Memiliki kepercayaan diri (*self efficacy*) untuk menghadapi tugas-tugas yang menantang dan memberikan usaha yang cukup untuk sukses dalam tugas-tugas tersebut. Kedua, Membuat atribusi yang positif (*optimism*) tentang kesuksesan di masa kini dan masa depan. Ketiga, Tidak mudah menyerah dalam mencapai tujuan dan bila perlu mengalihkan jalan untuk mencapai tujuan (*hope*); dan.

Keempat, Ketika dihadapkan pada permasalahan dan halangan dapat bertahan dan kembali (*resiliency*).

Venkatesh dan Blaskovich (2012) dalam Lina (2015) juga menyatakan bahwa *Psychological Capital* berfokus pada pengembangan dan pembangunan kekuatan individu dalam upaya berkonsentrasi pada proses pengurangan atau eliminasi kelemahan individu.

Berdasarkan beberapa definisi para ahli diatas bisa disimpulkan bahwa modal psikologi adalah suatu kondisi psikologi seseorang yang bersifat positif yang terdiri dari berbagai komponen atau karakteristik yaitu kepercayaan diri (*self efficacy*), keyakinan (*optimism*), harapan (*hope*), dan *resiliency*/daya tahan untuk mencapai kesuksesan.

Kinerja

Kinerja merupakan suatu istilah secara umum yang digunakan untuk sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode dengan referensi pada jumlah standar seperti biaya-biaya masa lalu atau yang diproyeksikan, dengan dasar efisiensi, pertanggungjawaban atau akuntabilitas manajemen dan sebagainya, Srimindarti (2004) dalam Nungki (2015).

Menurut Mulyadi (2007) dalam Kumentas (2013) menyatakan bahwa kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pada pelaksanaan suatu kegiatan atau program atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, melaksanakan misi, guna mencapai visi organisasi. Berdasarkan definisi Mulyadi kinerja

atau aktivitas kerja diartikan sebagai prestasi yang dapat dicapai perusahaan dalam periode tertentu dalam melaksanakan kegiatannya dari program berdasarkan kebijakan guna mewujudkan sasaran, tujuan, misi, dan melalui misi perusahaan yang tertuang dalam rencana perusahaan tersebut.

Definisi lain di jelaskan oleh Elizabeth (2000) dalam Tulus (2016) bahwa kinerja perusahaan adalah tingkat keberhasilan manajemen dalam mengelola sumberdaya keuangan perusahaan, terutama pada penegelolaan investasi sebagai upaya untuk menciptakan nilai bagi para pemegang saham, selanjutnya Walker dan Brown (2004) dalam Nungki (2015) menjelaskan bahwa kinerja perusahaan berkaitan dengan keberhasilan perusahaan dalam pasar dengan hasil yang berbeda.

Menurut Hunger dan Wheelen (2003:391) pengukuran yang digunakan untuk menilai kinerja tergantung pada bagaimana unit organisasi akan dinilai dan

bagaimana sasaran akan dicapai. Sasaran yang ditetapkan pada tahap perumusan strategi dalam sebuah proses manajemen strategis (dengan memperhatikan profitabilitas, pangsa pasar, dan pengurangan biaya, dari berbagai ukuran yang lainnya) harus betul-betul digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan selama masa implementasi strategi.

Berdasarkan definisi dari Elizabeth (2000) dalam Tulus (2016) dan Walker dan Brown (2004) dalam Nungki (2015) disimpulkan bahwa dimensi dan indikator yang bisa digunakan untuk mengukur kinerja suatu perusahaan adalah sebagai berikut : Pertama, Kinerja keuangan meliputi tingkat kemampuan memperoleh laba yang lebih tinggi, tingkat pengembalian investasi, dan tingkat pertumbuhan omset. Kedua, Kinerja pemasaran meliputi, kebertahanan pelanggan, kemampuan memperoleh pelanggan baru, pertumbuhan penjualan, penguasaan pangsa pasar, dan peningkatan permintaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Hasil Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,100	5,788		,881	,390
Kreativitas	,554	,143	,645	3,862	,001
Modal_Psikologi	,259	,198	,218	1,307	,208

a. Dependent Variable: Kinerja

Berdasarkan tabel 1, maka dapat dibuat model persamaan analisis regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 5,100 + 0,554 X_1 + 0,259 X_2 + \epsilon$$

Berdasarkan model persamaan regresi berganda di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Konstanta (β_0) memiliki nilai 5,100. Secara matematis nilai ini berarti jika tidak ada variabel kreativitas dan modal psikologi, maka nilai kinerja UMKM batu templek sebesar 5,100. Seorang pengusaha tidak memiliki kreativitas dan modal psikologi, mereka masih dapat menghasilkan kinerja namun hasilnya mungkin tidak maksimal atau tidak sesuai dengan harapan yang diinginkan.
2. Koefisien regresi pada kreativitas (β_1) bernilai 0,554. Hal ini menginterpretasikan bahwa kreativitas mempunyai pengaruh yang besar terhadap kinerja UMKM yaitu sebesar 0,554, jika variabel kreativitas meningkat 1 level, maka kinerja UMKM akan meningkat sebesar 55,4%, berdasarkan hasil nilai koefisien ini jika ingin meningkatkan kinerja UMKM maka kreativitas harus ditingkatkan dan diasah terus-menerus.
3. Koefisien regresi pada modal psikologi (β_2) bernilai 0,259. Hal ini menginterpretasikan bahwa modal psikologi memiliki pengaruh relatif kecil sebesar 0,259 terhadap kinerja UMKM. Jika variabel modal psikologi meningkat 1 level, maka kinerja UMKM akan meningkat sebesar 25,9%. Berdasarkan hasil nilai koefisien ini modal psikologi harus bisa ditanamkan dan ditingkatkan pada setiap wirausaha UMKM batu templek yang ada dikecamatan kiarapedes, dengan ditingkatkannya modal psikologi pada setiap wirausaha maka akan membuat jiwa wirausaha menjadi tangguh dan juga pantang menyerah

Hasil Pengujian Hipotesis Pertama (H_1)

Berdasarkan penentuan hipotesis diawal dengan ketentuan jika $H_0 : \beta_1 = 0$ maka variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y. Jika $H_1 : \beta_1 \neq 0$ maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Dari tabel di atas dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh variabel X1

terhadap Y sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,862 > t$ tabel 2,101 serta β_1 bernilai 0,554 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima atau H_0 ditolak yang artinya secara parsial kreativitas (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM (Y).

Hasil Pengujian Hipotesis Kedua (H_2)

Berdasarkan penentuan hipotesis diawal dengan ketentuan jika $H_0 : \beta_2 = 0$ maka variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y. Jika $H_1 : \beta_2 \neq 0$ maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh

variabel X2 terhadap Y sebesar $0,208 > 0,05$ dan nilai t hitung $1,307 < t$ tabel 2,101 serta β_2 bernilai 0,259 maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima atau H_0 ditolak yang artinya secara parsial modal psikologi (X_2) berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja UMKM (Y)

Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga (H₃).

Berdasarkan penentuan hipotesis diawal dengan ketentuan jika $H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$ maka variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y. Jika $H_1 : \beta_1, \beta_2 \neq 0$ maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh variabel X₁ dan

X₂ terhadap Y sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $12,214 > F$ tabel 3,55. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H₁ diterima dan H₀ ditolak yang artinya secara simultan kreativitas (X₁) dan modal psikologi (X₂) berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM (Y).

Tabel 2
Koefisien determinasi
Model Summary

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,759 ^a	,576	1,841

a. Predictors: (Constant), Modal_Psikologi, Kreativitas

Berdasarkan hasil dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai R *square* sebesar 0,576. Data visual ini menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel X1 dan X2 terhadap variabel

Y secara simultan adalah sebesar 57,6% dan sisanya yaitu sebesar 42,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

KESIMPULAN.

Sesuai dengan teori serta pengujian yang telah dilakukan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan bahwa pertama secara parsial variabel kreativitas (X₁) berpengaruh secara positif serta signifikan terhadap variabel kinerja UMKM (Y). Itu artinya dengan memiliki kreativitas seorang wirausaha akan mampu meningkatkan kinerja usahanya. Kedua secara parsial variabel modal psikologi (X₂) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap variabel kinerja UMKM (Y). Itu artinya variabel modal psikologi

mempunyai pengaruh yang kecil terhadap kinerja UMKM batu templek diKecamatan Kiarapedes, meskipun dalam aplikasinya jika seorang pengusaha memiliki modal psikologi yang kuat mereka akan mampu menghadapi berbagai masalah serta tidak pantang menyerah meskipun terus mengalami kesulitan dan kegagalan. kemudian secara simultan atau bersama-sama, semua variabel bebas berpengaruh positif serta signifikan terhadap variabel terikat, itu artinya semakin tinggi kreativitas dan modal psikologi seorang wirausaha maka

akan semakin baik perkembangan

serta kinerja suatu UMKM.

SARAN.

Berdasarkan pemaparan kesimpulan diatas maka disampaikan saran sebagai berikut :

Kepada para pengusaha batu templek :

1. Para pengusaha batu templek diKecamatan Kiarapedes diharapkan lebih bisa meningkatkan kreativitasnya dalam upaya untuk meningkatkan kinerjanya, seperti menyesuaikan produk dengan tren masa kini dan lebih variatif dalam membuat produk.
2. Para pengusaha batu templek diKecamatan Kiarapedes diharapkan untuk lebih bisa melatih serta terus mencari informasi tentang peluang kegiatan usahanya.

Kepada dinas pemerintahan terkait :

1. Dinas terkait harus bisa menempatkan diri sebagai fasilitator dalam membentuk serta memperkuat jaringan-jaringan pengusaha sehingga bisa membantu meringankan beban para pengusaha UMKM.
2. Dinas terkait hendaknya melakukan bantuan berupa pelatihan tentang berbagai hal yang dapat meningkatkan produktivitas atau kinerja UMKM, jadi dalam hal ini pemerintah tidak hanya harus memberikan bantuan dana tetapi juga pelatihan serta segala sesuatu yang dibutuhkan oleh para pengusaha.

Referensi

- Abdul Gani A., Dedeng, 2012, *Karakteristik Usaha dan Jiwa Wirausaha Terhadap Kinerja Usaha pada Usaha Mikro dan Kecil (UMK) Keramik Plered Purwakarta*, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Edisi 1 Nomor 1, Stie Muttaqien DR.KHEZ Muttaqien.
- Alma, Buchari, 2016, (Edisi Revisi), *Kewirausahaan*, Alfabeta, Bandung.
- Ardyan, Elia, Dan T. Putri, Olivia, 2016, *Dampak Positif Seorang Wirausaha Yang Memiliki Kompetensi Kewirausahaan Pada Kesuksesan Inovasi Produk Dan Kinerja Bisnis*, Jurnal Kewirausahaan Dan UKM Vol.1, No.1, STIE Surakarta.
- David P., Anton dan Mubarokah, Lailatul, 2014, *Berfikir Kreatif Siswa Dalam Penerapan Model Pembelajaran Berdasar Masalah Matematika*, Jurnal Pendidikan Matematika Vol.2 No.1, STKIP PGRI Sidoarjo.
- Hanafi L., Iwan, Dan Kurniawan, Albert, 2015, *Hubungan Psycap Dengan Kinerja Karyawan*, Jurnal Manajemen Vol.14, No.2, Maranatha Bandung.
- Hunger, J., David dan Wheelen Thomas L., 2003, *Manajemen Strategis*, Andi Yogyakarta.
- Kumentas, Cynthia N., 2013, *Pengaruh TQM, Sistem Pengukuran Kinerja Dan Penghargaan Terhadap*

- Kinerja Manajerial Pt. Pos Indonesia, Jurnal EMBA Vol.1 No.3*, Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Kunene, Thandeka R., 2008, *A Critical Analysis of Entrepreneurial and Business Skills in SMEs in the Textil and Clothing Industry in Johannesburg, South Africa*, University of Pretoria
- Lina, 2015, *Partisipasi Penyusunan Anggaran, Psychological Capital, Dan Kinerja Manajerial, Jurnal Manajemen Teknologi Vol.14, No.3*, Universitas Pelita Harapan.
- M.,M., Hendro, 2011, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, Erlangga, Jakarta.
- Nurfaizal, Yusmedi, 2016, *Modal Psikologi Kreatif, Jurnal Pro Bisnis Vol.9 No.2*, STMIK Amikom Purwokerto.
- Porwani, Sri, 2016, *Kreativitas Dan Inovasi Wirausaha Terhadap Kualitas Produk Big Art Project Palembang, Jurnal Adminika Vol.2 No.2*, Politeknik Darussalam.
- Santoso, Imam, et al., 2015, *Pengaruh Kredit Dan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja UMKM Agroindustri Dengan Pemasaran Sebagai Variabel Antara, Jurnal Manajemen Dan Agribisnis Vol.12 No.3*, Universitas Brawijaya.
- Shinta D., Reni, 2013, *Pengaruh Faktor Modal Psikologis, Karakteristik Entrepreneur, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia, Dan Karakteristik Ukm Terhadap Perkembangan Usaha Pedagang Di Pasara Tradisional, Jurnal Administrasi Vol.2 No.1*, Fisip Universitas Diponegoro.
- Soleha, Nurhayati, et al., 2014, *Pengaruh Mediasi Modal Psikologi Pada Hubungan Model Perencanaan Anggaran Dan Kinerja Pegawai Vol.18 No.2*, Univerisy Of Sultan Ageng Tirtayasa.
- Supriyatno, Bambang, 2014, *Daya Inovasi Dan Kreativitas Produk Dalam Pengembangan Usaha Kripik Tempe Di Kabupaten Ngawi, Jurnal Ilmiah Vol.13 No.1*, STKIP PGRI Ngawi.
- Tulus R., Nugroho, 2016, *Pengaruh Kredit Pnpm Mp, Kemampuan Wirausaha Dan Faktor Demografi Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Jurnal Stie Semarang Vol 8 No. 3 (ISSN : 2085-5656)*, STIE Semarang.
- Untari, Erny, 2016, *Pengaruh Kreativitas Dan Minat Belajar Mahasiswa Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa, Media Prestasi Vol.18, No.2*, STKIP PGRI Ngawi.
- Vemmy, Caecilia, 2012, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha Siswa SMK, Jurnal Pendidikan Vokasi Vol. 2 No. 1*, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Viana F, Nungky, 2015, *Kepemimpinan Terhadap Inovasi Dan Kinerja Ukm, Majalah Ilmiah, ISSN : 0853 – 2516*, Sekolah Tinggi Ilmu

- Administrasi Pembangunan
Jember.
- Wahyu H., Taufik dan Budi R.,
Ikhsan, 2015, *Pengukuran
Kinerja Unit Kerja
Pemerintah Daerah Dalam
Perspektif Value For Mone,*
*jurnal ilmu dan riset
akuntansi, Vol 4 No.11,*
STIESIA Surabaya.
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2008
Tentang Usaha Mikro Kecil
Dan Menengah, Lembaga
Negara Republik Indonesia
Tahun 2008 No.93.
- Badan Pusat Statistik (BPS), 2016,
*Statistik Daerah Kecamatan
Kiara Pedes tahun 2016,*
<https://www.bps.go.id/>.