

**Courage in Starting the E-commerce Business:
Managing Risks and Success
(A Case Study of Students at Bandung State Polytechnic)**

*Keberanian Dalam Memulai Bisnis E-commerce:
Mengelola Risiko Dan Sukses
(Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung, Indonesia)*

Muhammad Hafidz Fakhruvien

Commerce Administration Department,
Politeknik Negeri Bandung

Bandung, Indonesia

E-mail:

muhammad.hafidz.abs421@polban.ac.id

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of assessing the impact of courage and risk management skills on the success of e-commerce businesses among students at Bandung State Polytechnic. The research method employed was a quantitative descriptive approach, with data collected through the online distribution of questionnaires using the Google Form application to 100 respondents who are students at Bandung State Polytechnic. The gathered data was then analyzed using descriptive and multiple regression analyses conducted with SPSS software. The findings of this study indicate that both courage and risk management skills have an impact on the success of e-commerce businesses, with the risk management variable showing dominance as the most influential factor.

Keywords: Courage; Risk Management; E-commerce Business Success

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk menilai dampak keberanian dan kemampuan mengelola risiko terhadap pencapaian sukses bisnis *e-commerce* di kalangan mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. Metode penelitian yang diterapkan adalah metode deskriptif kuantitatif, dengan pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan aplikasi Google Form kepada 100 responden yang terdiri dari mahasiswa Politeknik Negeri Bandung, Indonesia. Data yang berhasil terhimpun kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif dan regresi berganda menggunakan perangkat lunak SPSS. Temuan dari penelitian ini memperlihatkan bahwa baik keberanian maupun kemampuan mengelola risiko memiliki pengaruh terhadap kesuksesan bisnis *e-commerce*, dengan variabel mengelola risiko menunjukkan dominasi sebagai faktor yang paling mempengaruhi.

Kata Kunci: Keberanian; Mengelola Risiko; Kesuksesan Bisnis *E-commerce*

Received: December, 2023

Accepted: April, 2024

Available online: May, 2024

DOI: 10.61242/ijabo.24.353

JEL Classifications: L81, M13, M21

License

This work is licensed under a Creative Commons
Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

LATAR BELAKANG

Dalam era digital yang terus berkembang pesat, perdagangan *e-commerce* telah menjadi salah satu sektor yang paling menonjol. Internet dan teknologi digital telah mengubah fundamental cara kita berbelanja, berinteraksi dengan merek, dan menjalani kehidupan sehari-hari. Transformasi ini telah menciptakan peluang besar bagi individu dan perusahaan untuk terlibat dalam bisnis *e-commerce*, yang sering dianggap sebagai jalan menuju sukses dalam dunia bisnis.

Pertumbuhan bisnis *e-commerce* selama beberapa dekade terakhir tidak bisa diabaikan. Data menunjukkan bahwa penjualan *e-commerce* global terus tumbuh dengan cepat, dan sejumlah besar konsumen lebih memilih berbelanja secara online daripada secara konvensional di toko fisik. Pada tahun-tahun terakhir, pandemi COVID-19 hanya mempercepat pertumbuhan ini karena lebih banyak orang beralih ke pembelian online untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka.

Potensi yang cerah terlihat dalam perkembangan bisnis *e-commerce* di Indonesia. Meskipun dihadapkan dengan pandemi, sektor perdagangan digital ini berhasil mencatat pertumbuhan sebesar 33,3% dari tahun 2020, yang mencapai total Rp 253 triliun, menjadi Rp 337 triliun (Detikfinance, 2023). Tingkat pertumbuhan yang signifikan ini di Indonesia secara langsung dipengaruhi oleh dampak pandemi Covid-19. Dari perspektif perilaku konsumen, terlihat bahwa di segala sektor perdagangan online, terjadi peningkatan tren transaksi berbasis digital sejalan dengan meningkatnya waktu yang dihabiskan orang di rumah sepanjang periode pandemi.

Selain faktor pandemi, keberhasilan bisnis digital semacam ini juga didorong oleh kemajuan teknologi yang semakin matang, didukung oleh kemudahan dan kecepatan transaksi yang meningkat. Dinamika ini secara positif memberikan dorongan pada akselerasi pertumbuhan bisnis *e-commerce*. Sepanjang tahun 2022, beberapa perusahaan teknologi menghadapi tantangan dan kemajuan dalam perjalanan bisnis mereka, mencerminkan perubahan yang konstan dalam ekosistem bisnis digital.

Proses memulai bisnis memerlukan keberanian yang luar biasa, terutama ketika melibatkan platform online yang dinamis dan kompetitif. Keberanian ini mencakup kemampuan untuk menghadapi ketidakpastian, mengatasi rintangan, dan melibatkan diri dalam inovasi yang berani.

Salah satu kunci utama dalam memahami dinamika memulai bisnis *e-commerce* adalah kemampuan untuk efektif mengelola risiko. Risiko dalam bisnis tidak dapat dihindari, tetapi dapat dikelola secara cerdas untuk meningkatkan peluang kesuksesan. Dalam konteks bisnis *e-commerce*, risiko dapat berasal dari perubahan tren pasar, persaingan yang intensif, hingga kompleksitas teknologi. Oleh karena itu, keterampilan dalam mengidentifikasi, menilai, dan mengelola risiko menjadi kritis dalam meraih keberhasilan jangka panjang (Efawati et al., 2021)

.Mengelola bisnis di sektor yang luas memerlukan pemikiran yang besar dalam merancang strategi pengembangannya. Pada konteks ini, tidak dapat disangkal bahwa seorang pengusaha bukanlah hanya individu yang mendirikan usaha tanpa mempertimbangkan risiko. Persaingan yang kuat, kompleksitas teknologi, dan risiko finansial adalah beberapa kendala terbesar yang dihadapi oleh pemilik bisnis di industri *e-commerce*.

Dalam situasi ini, keberanian adalah komponen kunci kesuksesan. Untuk memulai dan menjalankan perusahaan *e-commerce*, seseorang harus berani menerima ketidakpastian, mengambil risiko, dan mengambil keputusan yang diperlukan. Menjadi berani tidaklah mudah; Hal ini sering kali memerlukan pengambilan risiko yang sangat

besar, komitmen finansial yang besar, dan fleksibilitas untuk menyesuaikan diri terhadap perubahan mendadak.

TINJAUAN PUSTAKA

Keberanian

Keberanian adalah sifat atau kualitas pribadi yang menandai kemampuan seseorang untuk menghadapi ketidakpastian, mengambil risiko, dan berani menjelajahi wilayah yang baru. Frinaldi dan Embi (2011) mengemukakan bahwa keberanian merujuk pada sifat berani dalam mengambil keputusan dengan cepat dan tepat. Menurut pandangan Dianti dan Sutijono (2010), keberanian bukanlah sifat bawaan sejak lahir, melainkan dapat terbentuk melalui pengaruh lingkungan, yang selanjutnya menciptakan rasa kenyamanan pada diri individu. Keberanian dianggap sebagai sebuah kualitas yang penting bagi individu untuk menggali dan mengembangkan potensi dalam dirinya lebih dari sebelumnya.

Dalam konteks memulai bisnis *e-commerce*, keberanian mencerminkan keteguhan hati untuk berinovasi, beradaptasi dengan perubahan, serta kemampuan untuk mengatasi tantangan dan hambatan yang mungkin timbul dalam lingkungan bisnis yang dinamis (Efawati, 2020). Keberanian melibatkan sikap proaktif, kemauan untuk keluar dari zona nyaman, dan keteguhan mental untuk tetap maju meskipun dihadapkan pada ketidakpastian dan kemungkinan kegagalan. Ini adalah elemen kritis yang membedakan antara pemimpin yang sukses dalam bisnis *e-commerce* dan mereka yang mungkin terhenti oleh ketakutan atau ketidakpastian.

E-commerce

E-commerce merujuk pada suatu platform di mana pengguna dapat melakukan transaksi secara daring melalui satu situs web. Ini mencakup berbelanja atau berdagang secara online serta penjualan langsung yang menggunakan internet dan menyediakan layanan "ambil dan antar". Menurut Kotler dan Armstrong (2012) dalam Halena dan Yovita (2020) bahwa *e-commerce* adalah perdagangan yang dilakukan secara elektronik. *E-commerce* diharapkan mengubah cara pemasaran dengan mengurangi biaya operasional yang terkait dengan kegiatan perdagangan (Ismail, 2020).

Menurut Vermaat (2007) dalam Silalahi & Chaniago (2020) *E-commerce* pada dasarnya adalah bentuk transaksi bisnis yang terjadi melalui jaringan internet. Siapa pun yang memiliki akses ke komputer, terhubung ke internet, dan memiliki kemampuan untuk melakukan pembayaran atas barang atau layanan yang mereka beli, dapat melakukan transaksi di dunia *e-commerce*. Menurut definisi dari Laudon & Laudon (1998), *e-commerce* adalah suatu proses dimana konsumen dan perusahaan berpartisipasi dalam aktivitas membeli dan menjual produk secara elektronik, menggunakan komputer sebagai perantara untuk transaksi bisnis.

Risiko

Risiko diinterpretasikan sebagai suatu faktor yang dapat menyebabkan terjadinya kerugian akibat peristiwa tertentu. Menurut Rianto (2017), risiko merujuk pada potensi kerugian yang timbul akibat terjadinya suatu kejadian atau peristiwa. Oleh karena itu, sebelum menghadapi risiko besar, suatu perusahaan perlu mempersiapkan diri untuk mengatasi atau meminimalkan dampak risiko tersebut melalui penerapan manajemen risiko.

Sukses

Sukses diartikan sebagai status yang menunjukkan bahwa Anda telah mencapai sesuatu, menggambarkan kemakmuran atau mendapatkan ketenaran (Stekom.ac.id, 2022).

Sukses dalam konteks bisnis *e-commerce* merupakan tercapainya tujuan dengan hasil yang diinginkan dalam menjalankan operasi bisnis secara efektif dan berkelanjutan. Sukses tidak hanya diukur dari segi keuntungan finansial, tetapi juga mencakup pencapaian berbagai tujuan yang mungkin mencakup pertumbuhan penjualan, kepuasan pelanggan, inovasi produk atau layanan, dan dampak positif pada pasar atau komunitas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk menyelidiki dampak keberanian dalam memulai bisnis dan manajemen risiko terhadap kesuksesan bisnis *E-commerce*. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sumber data untuk penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada mahasiswa yang sedang menjalani studi di Politeknik Negeri Bandung.

Populasi yang menjadi fokus penelitian ini adalah mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Bandung, Indonesia. Penentuan jumlah sampel minimal dalam penelitian ini mengikuti rekomendasi Sugiyono (2019), yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang sesuai dalam penelitian berkisar antara 30 hingga 500. Oleh karena itu, ditetapkan jumlah sampel sebanyak 100 orang sebagai responden dalam penelitian ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Data Demografi Responden*

Tabel 1 : Respondent Demographics

Information	Demographics	Frequency	Percentage
Jenis Kelamin	Pria	60	60%
	Wanita	40	40%
Usia	19 Tahun	5	5%
	20 Tahun	58	58%
	21 Tahun	19	19%
	23 Tahun	18	18%
Jurusan	Administrasi Niaga	59	59%
	Teknik Komputer dan Informatika	18	18%
	Akuntansi	3	3%
	Teknik Sipil	20	20%
Program Studi	D3 Usaha Perjalanan Wisata	6	6%
	D3 Administrasi Bisnis	4	4%

	D4 Business Administration	49	49%
	D4 Teknik Informatika	18	18%
	D3 Teknik Sipil	20	20%
	D4 Akuntansi Manajemen Pemerintahan	3	3%
Tahun Masuk Kuliah	2019	23	23%
	2021	78	78%
Mahasiswa Tingkat	D3	24	24%
	D4	76	76%

Pengujian Reliabilitas Data

Dari hasil pengujian menggunakan perangkat lunak SPSS, dapat disimpulkan bahwa reliabilitas variabel X1 dan X2 dengan 6 item adalah sebesar 0,883, sedangkan variabel Y dengan 3 item memiliki reliabilitas sebesar 0,856. Hal ini menunjukkan bahwa data tersebut dapat diandalkan untuk digunakan dalam pengujian hipotesis dan menjawab pertanyaan penelitian ini, sesuai dengan pandangan Harmon dan Gursida (2017) dalam Suryani & Chaniago (2023) yang menyatakan bahwa jika nilai Alpha Cronbach > 0,7, maka data dianggap dapat dipercaya. Hasil uji reliabilitas untuk variabel bebas dan terikat terdapat pada Tabel 2 dan Tabel 3.

Tabel 2 - Reliability Statistics
 Variabel Bebas (X1 dan X2)

Cronbach's Alpha	N of Items
.883	6

Tabel 3 - Reliability Statistics
 Variabel Terikat

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	3

Pengujian Regresi Linier Berganda

Hasil dari pengujian menggunakan analisis regresi berganda menghasilkan informasi mengenai nilai korelasi, sebagaimana tergambar pada Tabel 4.

Tabel 4 – Correlation Between Research Factors
 Correlations

		Y	X1	X2
Pearson Correlation	Y	1.000	.722	.803
	X1	.722	1.000	.684
	X2	.803	.684	1.000
Sig. (1-Tailed)	Y		.000	.000
	X1	.000		.000
	X2	.000	.000	

N	Y	101	101	101
	X1	101	101	101
	X2	101	101	101

Dari tabel 4, dapat diamati bahwa nilai signifikansi untuk semua variabel adalah 0.000. Hal ini mengindikasikan bahwa hubungan antara semua variabel independen (X1 dan X2) dengan variabel dependen (Y) positif dan memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi.

Tabel 5 - Model Summary Regresi Sederhana
 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.701	.491	.694	1.06637

- a. Predictors: (Constant), X2, X1
- b. Dependent Variable: Y

Ringkasan Model Regresi Sederhana pada Tabel 5 menunjukkan R Square sebesar 0,701, dan tingkat signifikansi tersebut tergambar dalam Tabel 6 Anova dengan nilai 0,000. Hasil ini menyiratkan bahwa sebanyak 70,1% keberhasilan yang dicapai oleh pelaku bisnis *e-commerce* dipengaruhi oleh keberanian dan tindakan mengelola risiko. Sisanya, sekitar 29,9% (100% - 70,1%) diperkirakan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diuji.

Tabel 6 – Anova.
 ANOVA*

Model		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	260.757	2	130.379	114.654	.000 ^b
	Residual	111.441	98	1.137		
	Total	372.198	100			

- a. Dependent Variable: Y
- b. Predictors: (Constant), X2, X1

Dari Tabel 6 Anova, dapat disimpulkan bahwa hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Artinya, keberanian dan tindakan mengelola risiko secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap kesuksesan dalam bisnis *e-commerce*, mengingat nilai signifikansi yang lebih rendah dari batas signifikansi konvensional, yaitu 0,05.

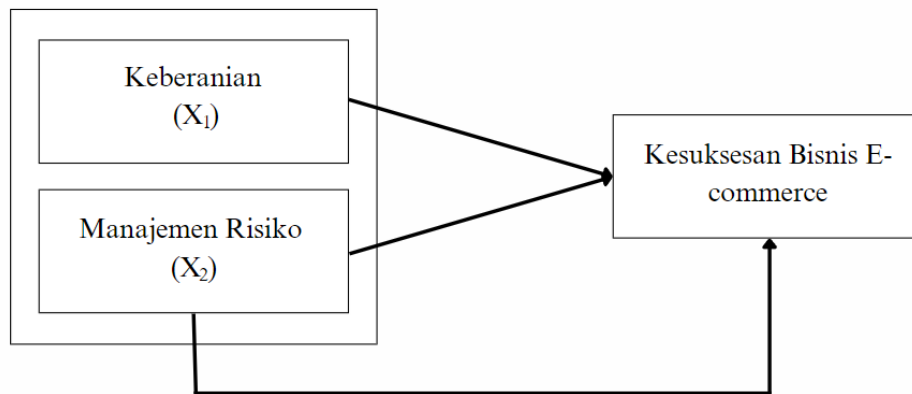
Tabel 7 – Koefisien

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.032	.741		.043	.946
	X1	.353	.082	.325	4.291	.000
	X2	.625	.082	.580	7.652	.000

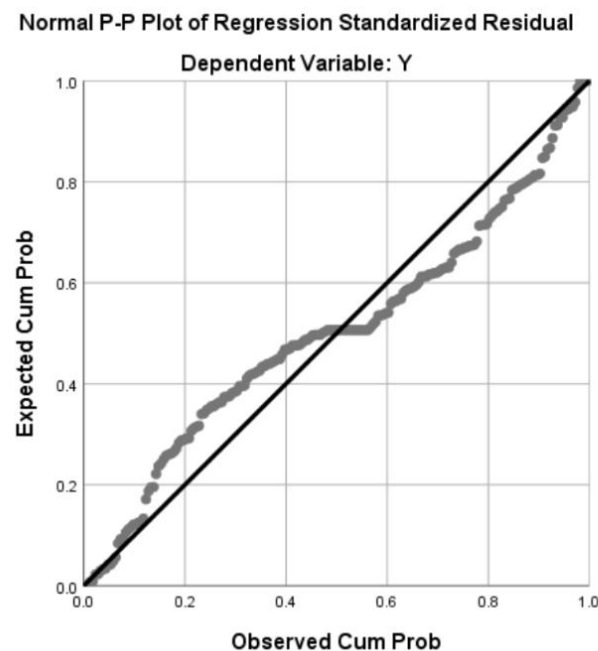
- a. Dependent Variable: Y

Dari Tabel 7 Koefisien pada kolom Significance, terlihat bahwa koefisien yang sudah distandardisasi memiliki nilai positif dan tingkat signifikansinya semua kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien regresi untuk keberanian (X1) dan tindakan

mengelola risiko (X_2) signifikan secara statistik, dan keduanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesuksesan dalam bisnis *e-commerce*.



Gambar 1 Faktor yang Mempengaruhi Kesuksesan



Gambar 2 Normal P-Plot Graphics

Dari Gambar 2 Plot P-P Normal, terlihat bahwa titik-titik mengikuti garis diagonal, menunjukkan bahwa data yang dianalisis memenuhi asumsi normalitas. Hal ini menandakan bahwa analisis regresi yang dilakukan dapat dianggap layak.

PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, penelitian ini mengungkapkan bahwa keberanian dan upaya mengelola risiko memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kesuksesan bisnis *e-commerce* sebesar 70,1%, sedangkan 29,9% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya, khususnya oleh Pradana dan Rikumahu (2014), yang menunjukkan bahwa manajemen risiko memiliki pengaruh positif terhadap implementasi Good Corporate Governance (GCG). GCG dalam

konteks ini merujuk pada kemampuan untuk mengurangi risiko yang dapat memengaruhi pendapatan organisasi, sehingga perusahaan dapat mencapai hasil keuangan yang optimal.

Dalam konteks variabel keberanian, penelitian ini menegaskan bahwa keberanian memiliki pengaruh positif terhadap kesuksesan bisnis e-commerce. Oleh karena itu, bagi para pelaku bisnis, memiliki keberanian dalam menjalankan usaha e-commerce sangat penting untuk mencapai kesuksesan. Temuan ini juga sejalan dengan riset sebelumnya oleh Italianni (2019), yang menyatakan bahwa kemampuan, keberanian, keteguhan hati, dan kreativitas dapat memengaruhi kesuksesan wirausaha. Keberanian juga diperlukan untuk mengatasi ketidakpastian. Bisnis e-commerce sering dihadapkan pada perubahan pasar, tren konsumen yang berubah, dan persaingan yang intens. Dengan keberanian, para pengusaha e-commerce dapat menghadapi risiko dan ketidakpastian dengan kepala dingin, menciptakan strategi yang berani, dan memanfaatkan peluang yang mungkin tersembunyi di dalam tantangan.

Sama halnya dengan variabel mengelola risiko, penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan mengelola risiko memiliki dampak positif terhadap kesuksesan bisnis e-commerce. Ini berarti bahwa dengan melakukan manajemen risiko dalam berbisnis, akan memberikan pengaruh yang positif terhadap peningkatan peluang kesuksesan bagi para pelaku bisnis.

Kombinasi keberanian dan keterampilan mengelola risiko menciptakan lingkungan yang mendukung inovasi, fleksibilitas, dan adaptasi terhadap perubahan. Pengusaha e-commerce yang memiliki keseimbangan ini dapat mengambil langkah-langkah strategis dengan keyakinan, menciptakan pengalaman pelanggan yang unggul, dan meningkatkan daya saing di pasar digital yang terus berubah. Oleh karena itu, jika dalam menjalankan bisnis e-commerce keberanian telah dimiliki dan tindakan mengelola risiko sudah diterapkan, pada era digital ini tinggi peluangnya bagi pembisnis e-commerce untuk mencapai kesuksesan dalam berbisnis. Hal ini didukung oleh data menunjukkan peningkatan signifikan dalam penjualan global e-commerce, didorong oleh preferensi konsumen yang semakin memilih berbelanja online serta fenomena pandemi COVID-19 juga memberikan dorongan tambahan terhadap pertumbuhan ini, dengan lebih banyak orang beralih ke pembelian online untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa keberanian dan mengelola risiko merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kesuksesan dalam bisnis e-commerce, karena dua faktor tersebut dalam penelitian ini memiliki pengaruh signifikan sebesar 70,1%. Sehingga dalam ranah bisnis e-commerce, keberanian dan tindakan mengelola risiko memiliki peran sentral yang membentuk fondasi kesuksesan. Keberanian diperlukan untuk mengambil langkah-langkah inovatif dan berani menjelajahi peluang baru dalam dunia digital. Dalam ekosistem yang terus berkembang dan kompetitif, para pelaku bisnis e-commerce harus berani keluar dari zona nyaman, menghadapi tantangan, dan memanfaatkan perkembangan teknologi untuk menciptakan nilai tambah. Sementara itu, tindakan yang efektif dalam mengelola risiko sangat penting untuk menjaga kesehatan finansial dan reputasi bisnis. Dalam konteks e-commerce, risiko keamanan data, risiko keuangan, dan risiko operasional menjadi aspek yang perlu mendapatkan perhatian khusus. Kemampuan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi risiko, dan merancang strategi mitigasi yang efektif adalah langkah-langkah yang mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis e-commerce.

DAFTAR PUSTAKA

- Detikfinance. (2023). Begini Cerahnya Prosepek *e-commerce* di Era Digitalisasi. <https://finance.dianti.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6606404/begini-cerahnya-prospek-e-commerce-di-era-digitalisasi>. Diakses: 28 November 2023
- Dianti, P., & Sutijono. (2010). Implementasi Strategi Modeling Partisipasi untuk Meningkatkan Keberanian Bertanya Siswa pada Guru di Kelas. *Jurnal pendidikan Surabaya*.
- Frinaldi, A., & Embi, A (2011). Pengaruh Budaya Kerja etnik terhadap Budaya Kerja Keberanian dan Kearifan PNS dalam Pelayanan Publik yang Prima (Studi Pada Pemerintahan Kabupaten Pasaman Barat). Lab-Ane Fisip UNTIRTA.
- Gursida, H., and Harmon. (2017). *Metode Penelitian Bisnis dan Keuangan. Konsep dan Implementasinya*. Bogor: Paspri
- Halena, Y., & Yovita, S. (2020). *International Journal Administration, Business & Organization. International Journal Administration, Business & Organization, 1(3), 47–53.*
- Ismail. (2020). *E-commerce* dorong perekonomian Indonesia, selama pandemi covid 19 sebagai entrepreneur. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jumanis) Prodi Kewirausahaan, 2(2), 111–124.*
- Italiani, L. (2019). Pengaruh kemampuan, keberanian, keteguhan hati dan kreativitas terhadap kesuksesan wirausahawan di Singaraja (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. In Pearson Education. <https://doi.org/10.2307/2224326>.
- Pradana, Y. A., & Rikumahu, B. (2014). Penerapan Manajemen Risiko terhadap Perwujudan Good Corporate Governance pada Perusahaan Asuransi. *Trikonomika, 13(2), 195.* <https://doi.org/10.23969/trikononika.v13i2.614>.
- Rianto Rustam, Bambang. (2018). *Manajemen Risiko: Prinsip, penerapan, dan Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Silalahi, F., & Chaniago, H. (2020). Analisis perubahan perilaku konsumen *E-commerce* Shopee pada masa pandemi covid-19 di kota bandung. *International Journal Administration, Business & Organization, ISSN: 2721-5652, 2(1), 79–88.* <https://ijabo.a3i.or.id>.
- Sugiyono, Roschoe (2019). *Metode Penelitian Pendidikan: pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* <https://doi.org/979-8433-71-8>
- Suryani, S., & Chaniago, H. (2023). Digital Literacy and Its Impact on Entrepreneurial Intentions: Studies on Vocational Students. *International Journal Administration Business and Organization, 4(2), 16–22.* <https://doi.org/10.61242/ijabo.23.261>.
- Stekom.ac.id. (2022). Mau sukses, apa rahasianya. <https://stekom.ac.id/artikel/mau-sukses-apa-rahasianya>. Diakses: 28 November 2023
- Vermaat, Shelly. (2007). *Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental, Edisi 3*, Jakarta: Salemba Infotek, 2007.
- Yen Efawati, Eeng Ahman, Disman, Kusnendi and Harmon Chaniago. (2021). The Effect of Entrepreneurial Leadership on Firm Innovation Through Innovative Work Behavior. *Proceedings of the 5th Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GCBME 2020. Advances in Economics, Business and Management Research, volume 187. Pp. 188-194.* Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210831.037>
- Yen Efawati. (2020). The Influence of Working Conditions, Workability and Leadership on Employee Performance. *International Journal Administration, Business & Organization, 1(3), 8-15.* <https://doi.org/10.61242/ijabo.20.40>