

## **PENGARUH *BUSINESS CENTER* TERHADAP FAKTOR PENENTU HASIL BELAJAR MATA PELAJARAN PRODUKTIF PEMASARAN SMK BINA BANUA BANJARMASIN**

<sup>1</sup>Raudah, <sup>2</sup>Rizali Hadi, <sup>3</sup>Monry Fraick Nicky Gillian Ratumbusang

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat  
Email: raudah385@gmail.com

**Abstrak:** Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel pengaruh business center terhadap faktor penentu hasil belajar mata pelajaran produktif pemasaran Smk Bina Banua Banjarmasin. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Subjek penelitian terdiri dari 62 orang siswa yang berasal dari kelas X dan XI program kejuruan pemasaran. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dilanjutkan dengan uji faktor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Business center mempunyai pengaruh terhadap faktor penentu hasil belajar dengan  $F_{hitung}=3,724$  dengan  $p<0,01$  (signifikan). Pengaruh *business center* dengan faktor penentu hasil belajar ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar (R) 0,455 dengan determinasi ( $R^2$ ) 207.

**Kata kunci :** *Business center*, faktor hasil belajar

### ***THE EFFECT OF THE BUSINESS CENTER ON THE DETERMINATION OF FACTORS FOR PRODUCTIVE LEARNING PRODUCTIVE LEARNING VOCATIONAL SCHOOL OF BINA BANUA BANJARMASIN***

**Abstract:** *The purpose of this study was to determine the effect of the business center on the determinants of learning outcomes of productive subjects in the Bina Banua Banjarmasin marketing school. The research method used is descriptive associative with quantitative approaches. The research subjects consisted of 62 people consisting of classes X and XI of vocational marketing programs. Data collection techniques through questionnaires and documentation. Data analysis through descriptive analysis followed by factor tests. The results showed that the business center influences the determinants of learning outcomes with  $F_{count} = 3,724$  with  $p < 0.01$  (significant). The effect of the business center with the determinants of learning outcomes is shown by a regression coefficient of (R) 0.455 with determination ( $R^2$ ) 207.*

**Keywords:** *Business center, learning outcome factors*

#### **PENDAHULUAN**

Pendidikan di sekolah maupun luar sekolah merupakan salah satu program pemerintah dalam rangka meningkatkan sumber daya manusia yang terampil dan siap memasuki dunia kerja. SMK mempunyai ciri khas tersendiri yaitu dekat dengan dunia

kerja, karakteristik siswa di Smk harus sesuai dengan dunia pekerjaan yaitu personal yang baik dan karakter kerja yang kuat,” (Hamid & Sudira, 2013, h. 141). Adanya hubungan yang baik antara Smk dengan dunia kerja dapat membantu kedua belah pihak agar dapat memenuhi apa saja yang dibutuhkan di dunia

kerja dan apa yang harus dilakukan Smk dalam menanggapi kebutuhan tersebut. (Edi, dkk, 2017, h. 23)

SMK Bina Banua Banjarmasin merupakan sekolah unggulan yang ada di Kalimantan selatan. Sekolah tersebut menerapkan *business center* sebagai media pembelajaran produktif pemasaran, yang di dalamnya memuat mata pelajaran yang berkaitan dengan pembelajaran produktif pemasaran.

Pada program kejuruan pemasaran untuk kelas X dan XI pemasaran masih banyak terdapat peserta didik yang kurang mampu untuk memahami tentang mata pelajaran produktif pemasaran, mereka tidak memahami tentang teori-teori yang telah disampaikan guru pada saat di dalam kelas dan berdampak pada lemahnya keterampilan pada saat praktik.

Slameto (2013), “Menyatakan bahwa belajar ialah suatu proses yang dilakukan seseorang untuk memperoleh suatu perubahan dalam dirinya, dengan belajar seseorang dapat menambah wawasannya. Belajar merupakan suatu kegiatan yang dirancang untuk menyampaikan suatu ilmu pengetahuan” (h. 2). Sedangkan Rachmawati dan Daryanto (2015), “Mendefinisikan pembelajaran ialah suatu interaksi antara siswa dan guru agar dapat membantu siswa dalam memperoleh ilmu pengetahuan” (h. 38).

Dimiyati & Mudjiono (2013), “Menjelaskan bahwa proses belajar merupakan suatu hal yang terjadi dalam diri manusia, siswa merupakan salah satu faktor yang menentukan proses terjadinya pembelajaran di sekolah. Selain itu faktor-faktor yang lain juga dapat mempengaruhi hasil belajar ada dua macam yaitu faktor

intern dan faktor ekstern” (h. 38). Faktor intern terbagi menjadi 12 macam yaitu:

1. Sikap terhadap belajar, sikap merupakan tanggapan atas suatu hal yang mereka hadapi yang mengakibatkan terjadinya suatu sikap menolak ataupun menerima. Akibat dari adanya sikap tersebut akan berpengaruh terhadap perkembangan kepribadian dari siswa itu sendiri.
2. Motivasi belajar, motivasi belajar ialah suatu dorongan yang membuat seseorang untuk melakukan sesuatu dengan bersungguh sungguh. Salah satu caranya siswa agar dapat memiliki motivasi belajar yang kuat ialah mempunyai pemikiran yang kreatif agar dapat menciptakan suasana belajar yang menantang
3. Konsentrasi belajar, konsentrasi ialah suatu kemampuan dalam memusatkan perhatian terhadap suatu hal, seperti kemampuan dalam memperhatikan pelajaran dengan baik sehingga mampu untuk memahami pelajaran tersebut.
4. Mengolah bahan belajar, kemampuan siswa dalam menerima isi dan cara perolehan pelajaran sehingga menjadi bermakna.
5. Menyimpan Perolehan Hasil Belajar, kemampuan siswa dalam mengingat pembelajaran pada jangka pendek berarti siswa tersebut dapat dengan cepat melupakan pelajaran ataupun pada jangka Panjang berarti siswa tersebut dapat mengingat pelajaran yang sudah lama.
6. Menggali Hasil Belajar yang Tersimpan, siswa mampu belajar melalui pengalaman yang pernah dialaminya sehingga dapat mengaitkannya dengan pembelajaran di sekolah.
7. Kemampuan Berprestasi atau Unjuk Hasil Belajar, siswa mampu menunjukkan bahwa ia mempunyai kemampuan yang

lebih sehingga dapat menjadi orang yang berprestasi di sekolah.

8. Rasa Percaya Diri Siswa, dalam proses belajar unjuk prestasi merupakan tahap pembuktian perwujudan diri, keberanian merupakan suatu hal yang dapat membangun rasa percaya diri seseorang.
9. Intelegensi dan Keberhasilan Belajar, suatu kecakapan agar mampu berpikir secara baik dan bertindak secara terarah.
10. Kebiasaan Belajar, baik atau tidaknya suatu kebiasaan belajar tergantung pada siswa itu sendiri bagaimana cara mereka belajar di kelas, dan akan berdampak terhadap hasil belajar yang mereka dapat.
11. Cita-Cita Siswa, suatu pencapaian yang ingin dicapai seseorang dalam hidupnya, yaitu dengan cara belajar secara bersungguh sungguh agar mampu mewujudkan keinginannya.

Bisnis berasal dari Bahasa Inggris, *business* atau bisnis. Bisnis dapat diartikan yaitu segala aktivitas yang ada diberbagai institusi dan mampu menghasilkan barang dan jasa yang diperlukan dalam kehidupan bermasyarakat. Lingkungan sekitar dimasyarakat merupakan salah satu faktor dalam mendirikan bisnis dengan cara manajemen yang baik agar aktivitas yang dilakukan tidak bertentangan dengan lingkungan sekitar. (Sudaryono, 2015, h. 5)

Pemahaman untuk keseluruhan proses dalam manajemen bisnis ritel yaitu, memahami lingkup bisnis seperti mampu bersaing dan mampu memahami perilaku konsumen, mengembangkan strategi ritel seperti dapat memanfaatkan sumber daya agar dapat memperoleh keuntungan, manajemen barang dagangan seperti membuat anggaran dana yang tepat agar bisa menyeimbangkan antara pengeluaran dan pemasukan, manajemen toko yaitu mempunyai tujuan dalam merancang suatu

bisnis sehingga dapat menjalankannya secara baik dan benar (Utami, 2017, h. 40).

*Business center* Alfamart merupakan unit produksi yang diterapkan di Sekolah Menengah Kejuruan yang dapat dijadikan sebagai tempat untuk belajar bagi peserta didik berdasarkan dengan kompetensi kejuruan, dan dapat juga menumbuh dan mengembangkan jiwa wirausaha pada peserta didik.

Dari penjelasan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa *business center* adalah tempat pusat berdirinya suatu usaha. *Business center* yang ada di sekolah SMK Bina Banua Banjarmasin merupakan tempat berlangsungnya praktiknya peserta didik dalam menerapkan pembelajaran produktif pemasaran, *business center* dapat juga menjadi media pembelajaran untuk program kejuruan pemasaran.

Menurut (Jaedun, dkk, 2000) *business center* mempunyai beberapa manfaat sebagai berikut

1. Aspek edukatif, yaitu mampu melatih perkembangan yang seimbang antara fisik dan psikis sehingga siswa mampu menghadapi tantangan dalam bisnis dengan menciptakan suatu solusi yang menyeluruh tentang bisnis dengan cara mempelajari terlebih dahulu tentang dunia bisnis dan dapat mengimplementasikan secara langsung ke dalam dunia kerja.
2. Aspek ekonomi, yaitu membekali siswa tentang pentingnya ilmu ekonomi dalam kehidupan, dan dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan dalam diri siswa dengan cara menyediakan sarana prasarana untuk pelatihan kewirausahaan agar siswa dapat secara langsung mempelajari tentang kewirausahaan sehingga ilmu tersebut dapat bermanfaat

bagi kehidupannya kelak agar mampu menciptakan lapangan kerja sendiri untuk mengurangi pengangguran.

3. Aspek sosial, yaitu siswa dapat bersosialisasi terhadap sesama sehingga terwujudnya rasa kekeluargaan dengan cara berkomunikasi yang baik antar peserta didik ataupun masyarakat disekitarnya (Prabandari & Rasyid, 2015, h. 4).

## METODE PENELITIAN

Menurut Arikunto (2013), “Metode kuantitatif adalah metode yang banyak menuntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta hasil yang ditampilkan” (h. 27). Dari penelitian metode ini dilanjutkan pula dengan menggunakan analisis deskriptif asosiatif yang artinya adalah suatu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2016, h. 36).

Berdasarkan hasil analisis data dari kuesioner yang sudah diperoleh data mengenai *business center* sebagai berikut :

**Tabel 1.** Deskripsi Frekuensi Responden Berdasarkan Variabel Business Center (X)

	F	%	% Kumulatif
Tinggi	14	22.6	22.6
Sedang	31	50.0	72.6
Rendah	17	27.4	100.0
Total	62	100.0	

*Sumber : diolah berdasarkan hasil penelitian (2019)*

Berdasarkan data tabel 1 dapat dilihat bahwa frekuensi variabel *business center* yaitu terdapat 14 orang atau 22,6% kategori tinggi, 31 orang atau 50,6% kategori sedang, dan 17 orang atau 27,4% kategori rendah.

**Tabel 2.** Deskripsi Frekuensi Variabel Faktor Penentu Hasil Belajar

	F	%	% Kumulatif
--	---	---	-------------

Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan angket dan dokumentasi dan kemudian dianalisis menggunakan analisis deskriptif asosiatif. Sedangkan untuk teknik analisis data menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif dan uji hipotesis dengan uji faktor.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari penelitian dapat dilihat sebagai berikut

### Hasil Deskripsi Variabel

Pada deskripsi penelitian ini dideskripsikan menjadi dua variabel yang terdiri dari *business center* (X) dan faktor penentu hasil belajar (Y).

Penjabaran variabel-variabel tersebut dapat dilihat di bawah ini:

Secara umum dapat disimpulkan bahwa variabel *business center* masuk dalam ketori sedang. Berdasarkan hasil analisis data dari kuesioner yang sudah diperoleh data mengenai faktor penentu hasil belajar.

Tinggi	25	40.3	40.3
Sedang	29	46.8	87.1
Rendah	8	12.9	100.0
Total	62	100.0	

*Sumber : diolah berdasarkan hasil penelitian (2019)*

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa frekuensi variabel faktor penentu hasil belajar yaitu terdapat 25 orang atau 40,3% kategori tinggi, 29 orang atau 46,8% kategori

sedang dan 8 orang atau 12,9% kategori rendah. Secara umum dapat disimpulkan bahwa variabel faktor penentu hasil belajar masuk dalam kategori sedang.

### Hasil Uji Hipotesis

**Tabel 3.** Rangkuman korelasi business center terhadap faktor penentu hasil belajar

		Bisniscenter	Faktor penentu hasil belajar
Business center	Korelasi	1	.293*
	pearson		
	Sig. (2-tailed)		.021
	Jumlah kuadrat	5235.419	1399.097
	Kofarians	85.827	22.936
	N	62	62
Faktor penentu hasil belajar	Korelasi	.293*	1
	pearson		
	Sig. (2-tailed)	.021	
	Jumlah kuadrat	1399.097	4356.984
	Kofarians	22.936	71.426
	N	62	62

*Sumber : diolah berdasarkan hasil penelitian (2019)*

Berdasarkan hasil di atas diperoleh nilai signifikannya adalah 0,02 artinya ada pengaruh *business center* terhadap faktor penentu hasil belajar dengan nilai signifikannya 0,02.

Analisis korelasi *business center* terhadap faktor penentu hasil belajar jika

ingin diketahui masing-masing faktor terhadap faktor penentu hasil belajar maka analisis data dilanjutkan dengan analisis regresi. Hasilnya akan ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4.** Hasil Analisis Regresi

SV	JK	Db	KR	F	P
Regressi	902.808	4	225.702	3.724	.009 <sup>b</sup>
Residual	3454.176	57	60.600		
Total	4356.984	61			

*Sumber : diolah berdasarkan hasil penelitian (2019)*

Berdasarkan tabel 4 diperoleh F 3,724 dengan  $p < 0,01$  (sangat signifikan) artinya

korelasi antara *business center* dengan indikator memahami lingkup bisnis,

mengembangkan strategi ritel, manajemen barang dagangan, dan manajemen toko secara bersama dengan memiliki koefisien regresi sebesar 0,455 dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 0,207. Sebesar 20,7% terhadap faktor penentu hasil belajar dan koefisien determinasi ( $R^2$ )=0,207 jadi *business center* mampumempengaruhi 20,7% terhadap faktor penentu hasil belajar.

**Tabel 5.** Hasil Uji Analisis Korelasi Sederhana Antar Indikator Business Center Terhadap Faktor Penentu Hasil Belajar

X	1	2	3	4	Y
1	1,00	0,34**	0,20	0,28*	0,33*
2		1,00	0,29*	0,27*	0,10
3			1,00	0,33**	-0,11
4				1,00	-0,16
					1,00

*Sumber : diolah berdasarkan hasil penelitian (2019)*

Dari tabel 5 tersebut dapat diketahui bahwa indikator memahami lingkup bisnis ( $X_1$ ) dan mengembangkan strategi ritel ( $X_2$ ) memiliki korelasi sebesar 0,34 dan sangat signifikan. Memahami lingkup bisnis

( $X_1$ ) dan manajemen barang dagangan ( $X_3$ ) memiliki korelasi 0,20 dan tidak signifikan. Memahami lingkup bisnis ( $X_1$ ) dan manajemen toko ( $X_4$ ) memiliki korelasi 0,28 dan signifikan.

Mengembangkan strategi ritel ( $X_2$ ) dan manajemen barang dagangan ( $X_3$ ) memiliki korelasi sebesar 0,29 dan signifikan. Mengembangkan strategi ritel ( $X_2$ ) dan manajemen toko ( $X_4$ ) sebesar 0,27 dan signifikan. Manajemen barang dagangan ( $X_3$ ) dan manajemen toko ( $X_4$ ) memiliki korelasi sebesar 0,33 dan sangat signifikan.

Diantara empat indikator dalam *business center* jika dipilih sebagai prediktor, maka indikator “memahami lingkup bisnis ( $X_1$ )” merupakan prediktor yang baik sekaligus mewakili indikator yang lain, karena memiliki korelasi yang lebih tinggi sebesar 0,33.

Untuk mengetahui perubahan indeks korelasi antara korelasi memahami lingkup bisnis ( $X_1$ ), mengembangkan strategi ritel ( $X_2$ ), manajemen barang dagangan ( $X_3$ ), manajemen toko ( $X_4$ ) dengan faktor penentu hasil belajar ( $Y$ ) dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 6.** Hasil Analisis Korelasi Parsial pada tabel antara korelasi memahami lingkup bisnis ( $X_1$ ), mengembangkan strategi ritel ( $X_2$ ), manajemen barang dagangan ( $X_3$ ), manajemen toko ( $X_4$ ) dengan faktor penentu hasil belajar ( $Y$ )

Konstanta	Ry1	Ry2	Ry3	Ry4
X1		-0,01	-0,19	-0,29*
X2	0,32*		-0,15	-0,20
X3	0,37**	0,14		-0,13
X4	0,40**	0,15	-0,06	
X1X2			-0,20	-0,29*
X1X3		0,03		-0,25
X1X4		0,04	-0,12	
X2X3	0,34**			-0,17
X2X4	0,38**		-0,10	
X3X4	0,42**	0,17		
X1X2X3				-0,25*
X1X2X4			-0,13	
X1X3X4	0,39**	0,07		
X2X3X4	0,39**			

*Sumber : diolahberdasarkan hasil penelitian (2019)*

Memperhatikan indeks korelasi antara indikator korelasi memahami lingkup bisnis ( $X_1$ ), mengembangkan strategi ritel ( $X_2$ ), manajemen barang dagangan ( $X_3$ ), manajemen toko ( $X_4$ ).

Pengaruh antara memahami lingkup bisnis ( $X_1$ ) dan faktor penentu hasil belajar ( $Y$ ). Pada korelasi jenjang nihil  $ry_1$  sebesar 0,40  $p < 0,01$  sangat signifikan. Setelah dikontrol dengan ubahan lainnya. Pada korelasi jenjang pertama tidak terdapat perubahan arah korelasi tetapi terjadi penurunan saat dikontrol ubahan. Pada jenjang kedua terjadi perubahan korelasi saat dikendalikan oleh kombinasi  $X_2X_3$   $X_2X_4$   $X_3X_4$ . Pada korelasi jenjang ketiga tidak ada perubahan arah korelasi tetapi terjadi penurunan saat dikendalikan  $X_1X_2X_3$   $X_1X_2X_4$   $X_1X_3X_4$ . Korelasi murni yang didapat ternyata positif dengan  $ry_{1234} = 0,39$  (sangat signifikan) karena  $p < 0,01$  sehingga Nampak adanya kecenderungan bahwa memahami lingkup bisnis memiliki pengaruh tinggi terhadap faktor penentu hasil belajar.

Pengaruh antara mengembangkan strategi ritel ( $X_2$ ) dengan ubahan faktor penentu hasil belajar ( $Y$ ), pada korelasi jenjang nihil terdapat  $ry_2 = 0,15$   $p < 0,01$  tidak signifikan. Setelah dikontrol dengan ubahan lainnya, pada korelasi jenjang petama tidak terdapat perubahan arah korelasi tetapi terjadi penurunan saat dikontrol ubahan. Pada jenjang kedua terjadi perubahan korelasi dan ada kenaikan saat dikendalikan oleh  $X_2X_3$   $X_2X_4$   $X_3X_4$ . Pada jenjang ketiga tidak terjadi perubahan tetapi terjadi penurunan saat dikendalikan  $X_1X_2X_3$   $X_1X_2X_4$   $X_1X_3X_4$ . Korelasi murni  $ry_{1234} = 0,07$  (tidak signifikan) karena  $p > 0,05$  sehingga Nampak adanya kecenderungan bahwa mengembangkan strategi ritel ( $X_2$ ) memiliki pengaruh rendah terhadap faktor penentu hasil belajar.

Pengaruh antara manajemen barang dagangan ( $X_3$ ) dengan ubahan faktor penentu hasil belajar ( $Y$ ), pada korelasi jenjang nihil terdapat  $ry_3 = -0,19$  (tidak signifikan)  $p < 0,05$ . Setelah dikontrol dengan ubahan lainnya, pada korelasi jenjang pertama terdapat perubahan saat dikendalikan oleh kombinasi  $X_1X_2$   $X_1X_3$   $X_1X_4$ . Pada korelasi jenjang kedua tidak ada perubahan korelasi tetapi terjadi penurunan saat dikendalikan oleh kombinasi  $X_2X_3$   $X_2X_4$   $X_3X_4$ . Pada korelasi jenjang ketiga tidak terdapat perubahan arah korelasi tetapi terjadi penurunan saat dikendalikan  $X_1X_2X_3$   $X_1X_2X_4$   $X_1X_3X_4$  saat dikendalikan korelasi murni yang didapat ternyata positif dengan  $ry_{1234} = -0,13$  tetapi (tidak signifikan) karena  $p > 0,05$  sehingga nampak adanya kecenderungan bahwa manajemen barang dagangan ( $X_3$ ) memiliki pengaruh yang rendah terhadap faktor penentu hasil belajar.

Pengaruh antara manajemen toko ( $X_4$ ) dengan ubahan faktor penentu hasil belajar ( $Y$ ), pada korelasi jenjang nihil terdapat  $ry = -0,29$   $p < 0,01$  (tidak signifikan). Setelah dikontrol dengan ubahan lainnya, pada korelasi jenjang pertama tidak terdapat perubahan arah korelasi tetapi tetap sama pada saat dikontrol ubahan. Pada korelasi jenjang kedua tidak ada perubahan korelasi tetapi terdapat penurunan saat dikendalikan  $X_2X_3$   $X_2X_4$   $X_3X_4$ . Pada korelasi jenjang ketiga tidak ada perubahan arah korelasi tetapi terdapat penurunan saat dikendalikan  $X_1X_2X_3$   $X_1X_2X_4$   $X_1X_3X_4$ . Korelasi murni yang didapat ternyata positif dengan  $ry_{1234} = -0,25$  tetapi (tidak signifikan) karena  $p > 0,05$  sehingga nampak adanya kecenderungan bahwa manajemen toko ( $X_4$ ) memiliki pengaruh yang rendah terhadap faktor penentu hasil belajar.

## SIMPULAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara *business center* terhadap faktor penentu hasil belajar produktif pemasaran di smk bina banua Banjarmasin. Dengan menggunakan empat indikator yaitu, memahami lingkup bisnis, mengembangkan strategi ritel, manajemen barang dagangan, dan manajemen toko..

## REFERENSI

- Arikunto. S. (2013). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Dimiyati dan Mudjiono. (2013). *Belajar dan pembelajaran*. Jakarta: Rineka Cipta
- Edi. dkk (2017). *Pengembangan Standar Pelaksanaan Praktik Kerja Industri (Prakerin) Siswa Smk Program Teknik Pemesinan Di Wilayah Surakarta*. Jurnal Ilmiah Pendidikan Teknik Kejuruan, 10(1), 22-30.
- Hamid. A. & Sudira. P (2013). *Penanaman Nilai-Nilai Karakter Siswa Smk Salafiyah Prodi Tkj Kajen Margoyoso Pati Jawa Tengah*. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 3(2), 139-52.
- Prabandari. T. P. & rasyid. A. A (2015). *Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Melalui Business Center, Prakerin, dan Latar Belakang Keluarga Terhadap Kompetensi Berwirausaha*, *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 5(1), 1-14
- Rachmawati. T. & Daryanto (2015). *Teori Belajar dan Proses Pembelajaran Yang Mendidik*, Yogyakarta: Gaya Media
- Slameto. (2015). *Belajar dan Faktor- faktor yang mempengaruhi*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sudaryono. (2015). *Pengantar bisnis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Whidya. U (2017). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat