

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Karakter Kewirausahaan Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Pada UMKM Minyak Karo di Kabupaten Karo)

Mona Romaito Br Hutasoit¹, Rangga Restu Prayogo²

^{1,2}Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

ARTICLE INFO

Article history:

Received Aug 13, 2025

Revised Aug 27, 2025

Accepted Sep 08, 2025

Keywords:

Pengetahuan Kewirausahaan
Karakter Kewirausahaan
Volume Penjualan

ABSTRAK

Penurunan volume penjualan yang terjadi pada usaha minyak karo di kabupaten karo menunjukkan adanya permasalahan pada pengetahuan dan karakter kewirausahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *Total Sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah pelaku usaha minyak karo di kabupaten karo, dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda melalui software SPSS versi 31. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Pengetahuan Kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan Minyak Karo dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,846 > 2,052$) dengan nilai signifikansi $0,008 < 0,05$; (2) Karakter Kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan minyak karo dengan nilai ($3,270 > 2,052$) dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$; (3) secara simultan pengetahuan kewirausahaan, dan karakter kewirausahaan berpengaruh positif terhadap volume penjualan minyak karo di kabupaten karo. Hal ini ditunjukkan hasil uji F dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($5,223 > 3,35$). Hasil uji R^2 sebesar $0,528$ ($52,8\%$).

This is an open access article under the [CC BY-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) license.



Corresponding Author:

Mona Romaito Br Hutasoit
Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi,
Universitas Negeri Medan,
Jalan Willem Iskandar Pasar V, Medan, Indonesia
Email: monalisahst17@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah meningkat setiap tahunnya pada beberapa tempat di Indonesia, Seperti Kabupaten Karo, tepatnya di daerah Tanah Karo. Kabupaten Karo dengan kekayaan alam yang melimpah mempunyai tantangan dan peluang pada bidang kewirausahaan. Masyarakat diharapkan dapat memanfaatkan potensi ini untuk meningkatkan taraf hidup mereka (Simanjuntak, 2022). Kabupaten Karo merupakan salah satu daerah penghasil Minyak Karo. Salah satu UMKM yang sering kita temui pada daerah ini yakni Usaha Minyak Karo. Dengan kualitas yang baik dan permintaan yang terus meningkat, pengembangan usaha Minyak Karo dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar (Siregar, 2022). Usaha yang sukses mampu menambah pemasukan masyarakat serta memberikan peluang kerja baru (Yunus, 2020). Namun, meskipun memiliki potensi yang tinggi, pengembangan usaha Minyak Karo oleh para pelaku UMKM di wilayah ini masih menghadapi berbagai tantangan serius yang berdampak langsung pada performa usaha, khususnya volume penjualan.

Dengan adanya Volume Penjualan yang bagus, maka perusahaan dapat berkembang dengan baik. Volume penjualan dipengaruhi beberapa faktor. Adapun yang menjadi faktor yang

memberi pengaruh Volume Penjualan yakni; Kualitas Produk dan Layanan, Harga, Persaingan, Strategi Pemasaran, Modal serta Tren Pasar.

Berdasarkan hasil pengamatan awal terhadap 30 pelaku usaha UMKM Minyak Karo di Kabupaten Karo, ditemukan bahwa volume penjualan dari tahun 2021 hingga 2024 mengalami perubahan yang cukup besar. Secara keseluruhan, jumlah penjualan mengalami penurunan, yaitu dari 329.458 botol pada tahun 2021 menjadi 276.128 botol pada tahun 2024. Penurunan ini menunjukkan adanya masalah yang serius dalam jalannya usaha, baik dari sisi produksi, cara menjual produk, maupun pengelolaan usahanya. Jika diperhatikan lebih detail, hampir semua pelaku usaha mengalami naik-turun dalam jumlah penjualan setiap tahunnya. Beberapa bahkan mengalami penurunan yang sangat besar. Hal ini memperlihatkan adanya kesulitan dalam menjaga kelangsungan usaha, terutama ketika dihadapkan pada perubahan kebutuhan pasar, daya beli masyarakat, dan persaingan produk yang semakin tinggi.

Pengetahuan Kewirausahaan merupakan dasar yang harus dimiliki seseorang dalam mengelola usahanya. pemahaman yang mendalam tentang pasar tempat mereka beroperasi, termasuk dinamika permintaan dan penawaran, perilaku konsumen, serta tren yang sedang berkembang. Pengetahuan Kewirausahaan menjadi faktor kunci dalam keberhasilan sebuah usaha. Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara dengan pelaku UMKM Minyak Karo, ditemukan beberapa hal yang menjadi hambatan untuk volume penjualan Minyak karo yakni beberapa pelaku usaha yang belum pernah mengikuti pelatihan tentang kewirausahaan. Strategi pemasaran yang digunakan pun masih sangat sederhana, seperti hanya menjual produk melalui pesan pribadi (misalnya WhatsApp) atau menunggu pesanan dari pelanggan tetap.

Wirasahawan mempunyai karakter sebagai keunikan tersendiri dalam pengelolaan usahanya seperti keberanian mengambil risiko, keuletan, dan kemampuan beradaptasi, juga berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Wirasahawan mempunyai karakter sebagai keunikan tersendiri dalam pengelolaan usahanya seperti keberanian mengambil risiko, keuletan, dan kemampuan beradaptasi, juga berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan dengan para pelaku usaha Minyak Karo ditemukan bahwasanya beberapa pelaku usaha yang belum menunjukkan sikap kreatif dan inovatif. Mereka enggan mengubah tampilan produk atau mencoba desain kemasan baru karena takut biaya bertambah dan pembeli berkurang. Selain itu, masih banyak pelaku usaha yang tidak berani mengambil langkah baru atau mencoba hal-hal yang berbeda, seperti menggunakan media sosial untuk promosi. Hal ini menunjukkan bahwa keberanian mengambil risiko dan keterbukaan terhadap perubahan masih rendah. Tidak adanya rencana usaha menjadi tanda bahwa karakter wirasaha masih rendah, hal ini didukung oleh (Indarto & Santoso, 2020) bahwa Karakter Kewirausahaan melekat pada kesiapan berwirasaha.

Penurunan total penjualan selama empat tahun terakhir ini tentunya tidak bisa diabaikan. Hal ini bisa terjadi karena beberapa alasan, seperti lemahnya pengelolaan usaha sehari-hari, strategi pemasaran yang kurang sesuai dengan keinginan konsumen, kurangnya pembaruan atau pengembangan produk, dan dampak ekonomi setelah masa pandemi. rendahnya Pengetahuan Kewirausahaan dan lemahnya Karakter Kewirausahaan berkontribusi besar terhadap menurunnya Volume Penjualan Minyak Karo.

2. METODE PENELITIAN

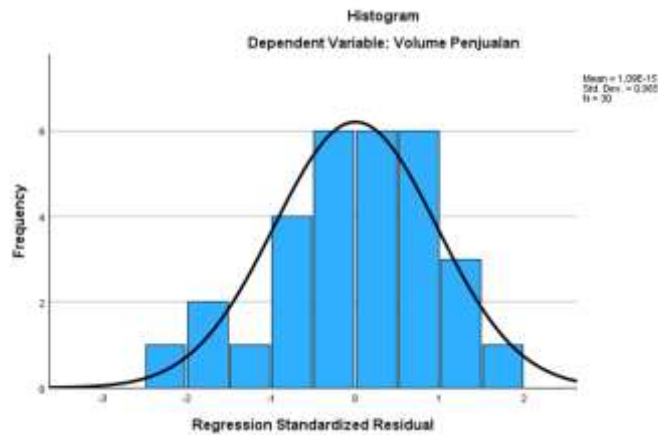
Riset ini dilaksanakan di wirasaha Minyak Karo di wilayah Kabupaten Karo yang berada di dataran tinggi Karo, Pegunungan Bukit Barisan. Provinsi Sumatera Utara. Riset ini dilaksanakan pada bulan Mei - Juni 2025. Populasi pada penelitian ini yakni Pelaku usaha yang berjualan Minyak Karo di wilayah Kabupaten Karo dan sampel yang diambil pada riset yakni 30 Pelaku usaha Minyak Karo di Kabupaten Karo. Jenis data yang dipakai yakni data kuantitatif. Teknik mengumpulkan data Teknik mengumpulkan data. Skala pengukuran variabel pada riset kuantitatif menggunakan skala likert diterapkan dalam penilaian sikap, pendapat, serta persepsi seseorang ataupun sekelompok orang terkait fenomena sosial. Analisis data dengan SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Penelitian ini menggunakan Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

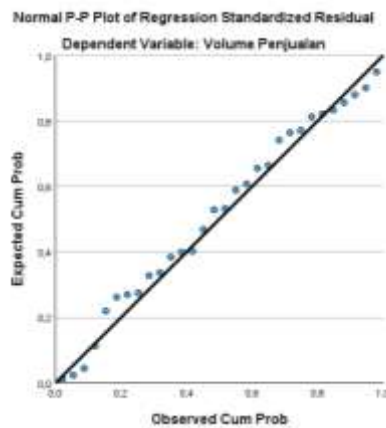
Pengujian Normalitas bertujuan dalam menilai apakah data variabel dependen pada model regresi memiliki distribusi normal atau mendekati normal.



Sumber: Olah data SPSS 31

Gambar 2. Histogram Test

Berdasarkan gambar 2, grafik histogram test menunjukkan gambar berbentuk lonceng (*bell shaped*) dan tidak melenceng ke kanan maupun ke kiri, dan semua batang variabelnya berada didalam histogram, dengan demikian disimpulkan data berdistribusi normal



Sumber: Olah data SPSS 31

Gambar 3. P-Plot Test

Berdasarkan gambar grafik 3 P-plot test juga berperan untuk mengevaluasi normalitas data, dan diketahui bahwasanya titik titik pada grafik tersebar disekitar garis diagonal serta mengikuti pola arah garis tersebut, dengan demikian diberi Kesimpulan bahwasanya data berdistribusi normal.

Tabel 1. Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.70462155
Most Extreme Differences	Absolute	.158
	Positive	.158

	Negative	-0.088
Test Statistic		.158
Asymp. Sig. (2-tailed)		.054 ^a
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Olah data SPSS 31

Sesuai dengan tabel 1, ditemukan bahwasanya hasil skor signifikansi Adalah 0,054 yang dimana hasil tersebut $> 0,05$ maka variabel ini dapat dikatakan berdistribusi normal. Dengan demikian berdasarkan ke tiga uji normalitas diatas maka diberi kesimpulan bahwasanya variabel yang dipakai pada riset ini memiliki distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	17,879	5,388		3,318	,003		
	Pengetahuan Kewirausahaan	-,139	,451	-,142	-,309	,760	,126	7,950
	Karakter Kewirausahaan	,651	,455	,659	1,430	,164	,126	7,950

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

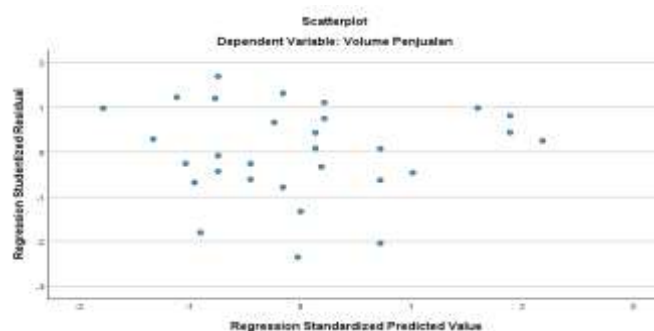
Sumber: Olah data SPSS 31

Berdasarkan tabel 2 maka dapat dilihat bahwa :

1. Nilai VIF pada variabel produk adalah sebesar $7.950 < 10$, dan nilai Tolerance $0,126 > 0,10$. Maka pada variabel Pengetahuan Kewirausahaan tidak terjadi multikolinearitas.
2. Nilai VIF pada variabel Karakter Kewirausahaan adalah sebesar $7.950 < 10$, dan nilai Tolerance $0,126 > 0,10$. Maka pada variabel Karakter Kewirausahaan tidak terjadi multikolinearitas.

Berdasarkan ketentuan diatas dapat diberik Kesimpulan bahwasanya pada model ini tidak ditemukan adanya gejala multikolinearitas

Uji Heteroskedasitas



Sumber: Olah data SPSS 31

Gambar 4. Scatterplot

Merujuk pada gambar 3, terlihat bahwasanya titik-titik data tersebar secara acak diatas dan dibawah garis nol pada sumbu Y, tanpa membentuk pola tertentu. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengandung masalah heteroskedasitas.

Analisis Linear Berganda

Merujuk pada hasil temuan yang sudah dilaksanakan, diketahui output analisisnya untuk linier berganda yang ditampilkan pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Hasil Uji Analisis Linear Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17,879	5,388		3,318	,003
	Pengetahuan Kewirausahaan	-,139	,451	-,142	-,309	,760
	Karakter Kewirausahaan	,651	,455	,659	1,430	,164

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber: Olah data SPSS 31

Berdasarkan pada tabel 3, maka dari itu, Analisis linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut : $Y = 17,879 - 0,139 X_1 + 0.651X_2$ Artinya: Jika seluruh variabel independen (X_1 dan X_2) bernilai 0, maka Volume Penjualan (Y) diprediksi sebesar 17,879 poin (nilai Konstanta).

Uji Hipotesis

Uji Parsial/ Uji t

Uji T Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X_1) terhadap Volume Penjualan (Y)

Tabel 4. Hasil Parsial Uji t Pengetahuan Kewirausahaan (X_1)

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,240	5,401		3,562	,001
	Pengetahuan Kewirausahaan	,464	,163	,474	2,846	,008

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber : Olah data SPSS 31

Berdasarkan tabel 4 yakni hasil uji t (parsial) menggambarkan bahwasanya nilai signifikansi Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan nilai t hitung 2,846 > nilai t tabel 2.052 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Bermakna adanya pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Volume Penjualan secara signifikan pada Volume Penjualan Minyak Karo.

Uji T Variabel Karakter Kewirausahaan (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 5. Hasil Parsial Uji t Karakter Kewirausahaan (X_2)

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17,576	5,211		3,373	,002
	Karakter Kewirausahaan	,520	,159	,526	3,270	,003

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber : Olah data SPSS 31

Berdasarkan tabel 5 yakni temuan uji t (parsial) diketahui bahwasanya skor signifikansinya Karakter Kewirausahaan (X_2) terhadap Volume Penjualan (Y) dan nilai t hitung 3,270 > nilai t-tabel 2,052 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti adanya pengaruh Karkter Kewirausahaan terhadap Volume Penjualan secara signifikan pada Volume Penjualan Minyak Karo di Kabupaten Karo.

Uji Simultan/Uji F

Tabel 6. Hasil Simultan Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88,560	2	44,280	5,223	,012 ^b
	Residual	228,906	27	8,478		
	Total	317,467	29			

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

b. Predictors: (Constant), Karakter Kewirausahaan, Pengetahuan Kewirausahaan

Sumber : Olah Data SPSS 31

Merujuk pada tabel 6, maka diketahui nilai Fhitung adalah 5,223 yang berarti Fhitung > Ftabel yaitu 5.223 > 3.35 dengan tingkat signifikan 0.012 < 0.05. hal ini menunjukkan bahwasanya variabel Pengetahuan Kewirausahaan dan Karakter Kewirausahaan secara bersama sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan Minyak Karo di Kabupaten Karo.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,528 ^a	,279	,226	2,912

a. Predictors: (Constant), Karakter Kewirausahaan, Pengetahuan Kewirausahaan

Sumber : Olah Data SPSS 31

Sesuai dengan Tabel 7, hasil pengujian koefisien determinasi (R²) diketahui besarnya skor yakni 0.528. Artinya, variabel bebas yakni Pengetahuan Kewirausahaan dan Karakter Kewirausahaan memberikan pengaruh terhadap variabel terikat, yaitu Volume Penjualan, sebesar 52,8 %. Sementara itu, sisanya sebesar 47,2 % diberikan pengaruh oleh faktor lainnya di luar variabel yang diteliti pada riset ini.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Volume Penjualan Minyak Karo di Kabupaten Karo

Hasil uji t menunjukkan bahwasanya Pengetahuan Kewirausahaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan (Y), dengan nilai signifikansi < 0,008 dan t-hitung 2,846 > t-tabel 2,052. Koefisien regresi sebesar 0,464 menunjukkan bahwa Pengetahuan Kewirausahaan dan Karakter Kewirausahaan memberi pengaruh pada Volume Penjualan Minyak Karo. Hal ini mendukung tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui Apakah Pengetahuan Kewirausahaan Berpengaruh Terhadap Volume Penjualan pada Minyak Karo di Kabupaten Karo. Pengetahuan Kewirausahaan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan, temuan ini diperkuat dengan penelitian didukung oleh riset yang dilaksanakan (Ellyn, 2022) dan (Victor, 2023) yang menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan

Pengaruh Karakter Kewirausahaan Terhadap Volume Penjualan Minyak Karo di Kabupaten Karo

Merujuk pada hasil uji kHasil uji t menunjukkan bahwa Karakter Kewirausahaan (X2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dengan nilai signifikansi <

0,003 dan $t\text{-hitung } 3,270 > t\text{-tabel } 2,052$ Koefisien sebesar 0,520 menggambarkan bahwasanya semakin baik karakter kewirausahaan seseorang, maka semakin besar kemungkinan volume penjualan meningkat. Hasil ini menjawab rumusan masalah kedua serta menunjukkan bahwa Karakter Kewirausahaan Berpengaruh Terhadap Volume Penjualan pada Minyak Karo di Kabupaten Karo. Temuan ini diperkuat dengan (Kusmintarti, 2019) yang menyatakan bahwasanya seseorang yang memiliki Karakter Kewirausahaan cenderung akan mendukung kegiatan kewirausahaan. Hal tersebut juga sejalan dengan temuan Rafiq (2024) dan Rizky, dkk (2022) menjadi pendukung dalam gagasan tersebut. Penelitian menjelaskan bahwasanya Karakter Kewirausahaan berpengaruh positif serta signifikan terhadap Volume penjualan.

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Karakter Kewirausahaan Terhadap Volume Penjualan Minyak Karo di Kabupaten Karo

Sesuai dengan hasil uji koefisien determinasi (R^2), diperoleh skor sebesar 0,528 pada variabel Volume Penjualan. Nilai ini menggambarkan bahwasanya kontribusi variabel Pengetahuan Kewirausahaan dan Karakter Kewirausahaan terhadap Volume Penjualan adalah sebesar 52,8%, sementara sisanya yaitu 47,2% dijelaskan oleh faktor faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variable Pengetahuan Kewirausahaan dan Karakter Kewirausahaan secara bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan Minyak Karo di Kabupaten Karo. Hal ini juga didukung Hasil Uji F yang dilakukan yakni memperoleh nilai signifikansi $0,012 < 0,05$ dan $f\text{-hitung } 5,223 > f\text{-tabel } 3,35$ yang berarti bahwa kedua variabel secara bersama-sama memberi pengaruh yang signifikan terhadap Volume Penjualan Minyak Karo di Kabupaten Karo.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Karakter Kewirausahaan terhadap Volume Penjualan pada UMKM Minyak Karo di Kabupaten Karo, maka ditarik kesimpulan anatara lain: Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada UMKM Minyak Karo di Kabupaten Karo, Karakter Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada UMKM Minyak Karo di Kabupaten Karo, Pengetahuan Kewirausahaan dan Karakter Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada UMKM Minyak Karo di Kabupaten Karo. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis mengajukan beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha disarankan agar pelaku usaha lebih aktif mengikuti pelatihan, seminar, atau kegiatan sejenis guna menambah wawasan dan keterampilan yang mendukung pengembangan usaha dan peningkatan volume penjualan. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti memberi masukan yang diharapkan dapat menjadi referensi yang berpotensi memengaruhi Volume Penjualan, seperti kualitas produk dan layanan, persaingan usaha, harga, strategi pemasaran, serta tren pasar. Selain itu, cakupan responden juga dapat diperluas, tidak hanya terbatas pada pelaku usaha Minyak Karo di Kabupaten Karo, tetapi juga melibatkan konsumen. Dengan demikian, penelitian akan memperoleh sudut pandang yang lebih luas dan hasil yang lebih komprehensif.

5. REFERENSI

- Cursa. (2024). Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains. *Journal of Digital Marketing Studies*.
- Indarto, I., & Santoso, D. (2020). Karakteristik wirausaha, karakteristik usaha dan lingkungan usaha penentu kesuksesan usaha mikro kecil dan menengah. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 54–69.
- Kotler, P., & Keller, Kevin L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. PT. Indeks.
- Legi, N. Y. D., Murni, S., & Tampenawas, J. L. . (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di Rumah Makan Varel Pineleng. *Jurnal EMBA*, 11 (4), 893–903. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.51973>
- Muhajirin, & Panorama, M. (2017). *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Idea Press.
- Philip, K., & Gary, A. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga. Jakarta.
- Putra, F. D. (2017). Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya produksi kalung terhadap Laba pada Hidayah Shop Kuta-badung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undisksha*, 9 (2), 462–472. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/20127/12111>

- Saragih, M. G., Diana, Y., & Mariami, I. (2021). Analysis Of Marketing Strategy To Increase Sales Volume. *International Journal For Innovative Research Multidisciplinary Field*, 7(7), 38–44.
- Septiani, N. A., & Ningsih, A. A. (2022). Penerapan Customer Relationship Management Pada Penjualan Gas Medical Dengan Metode Extreme Programming. *Jurnal Teknik Informasi Dan Komputer (Tekinkom)*, 7(2), 309.
- Simanjuntak, I. (2022). Kondisi Ekonomi dan Kewirausahaan di Kabanjahe. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 5(3), 15–27.
- Siregar, M. (2022). *Studi Potensi Minyak Karo di Kabupaten Karo. Jurnal Sumber Daya Alam*. 10(1), 25–35.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* (1st ed.). CV. Offset Andi.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (2nd ed.). CV. Alfabeta.
- Yunus, A. (2020). Dampak Usaha Kecil terhadap Perekonomian Lokal. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 9(2), 100–110.