
**HUBUNGAN ANTARA KETERAMPILAN POLITIK DENGAN KINERJA
TENAGA PENJUALAN DI PASAR JUWANA BARU**

¹Mentari Indah Sari, ²Joko Kuncoro

¹ Mahasiswa, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Sultan Agung

² Dosen, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Sultan Agung

**Corresponding Author:*

kuncoro@unissula.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara keterampilan politik dengan kinerja tenaga penjualan di Pasar Juwana Baru menggunakan metode kuantitatif. Subjek penelitian berjumlah 99 tenaga penjualan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan skala keterampilan politik yang terdiri dari 17 aitem dengan koefisien reliabilitas 0,915 dan skala kinerja tenaga penjualan yang terdiri dari 27 aitem dengan koefisien reliabilitas 0,937. Hasil analisis data menggunakan korelasi product moment Pearson menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara keterampilan politik dan kinerja tenaga penjualan dengan nilai koefisien korelasi $r_{xy} = 0,706$ dan signifikansi $<0,000$ ($p < 0,05$), yang menunjukkan bahwa semakin tinggi keterampilan politik tenaga penjualan, maka semakin tinggi pula kinerja yang ditunjukkan.

Kata Kunci: Keterampilan Politik, Kinerja Tenaga Penjualan.

Abstract

This study aims to examine the relationship between political skill and salesperson performance at Pasar Juwana Baru using a quantitative approach. The research subjects consisted of 99 salesperson selected through purposive sampling. Data were collected using a political skill scale consisting of 17 items with a reliability coefficient of 0.915 and a sales performance scale consisting of 27 items with a reliability coefficient of 0.937. Data analysis using Pearson product moment correlation indicated a significant positive relationship between political skill and salesperson performance, with a correlation coefficient of $r_{xy} = 0,706$ and a significance level of <0.000 ($p < 0.05$), indicating that higher political skill among salespeople is associated with higher performance.

Keywords: Political Skill, Salesperson Performance.

1. PENDAHULUAN

Era bisnis modern yang semakin kompetitif menuntut keberhasilan usaha tidak lagi hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada kemampuan individu dalam mengelola hubungan sosial dan memahami kebutuhan pasar (Khamis, 2021). Konteks pasar tradisional yang mengandalkan interaksi langsung menjadikan kemampuan berkomunikasi secara efektif, membangun kepercayaan, dan menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan sebagai faktor penting dalam menentukan keberhasilan usaha (Purwanti dkk., 2022).

Setiap individu dalam dunia kerja memiliki tiga kemampuan utama, yaitu kemampuan teknis, sosial, dan konseptual yang secara bersama-sama mendukung kinerja. Kemampuan teknis berkaitan dengan penguasaan tugas dan keahlian spesifik yang dapat diamati dan diukur (Utomo, 2015). Kemampuan teknis juga mencakup penguasaan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang relevan dengan bidang pekerjaan yang ditekuni (Fachrunissa, 2015). Kemampuan sosial merujuk pada keterampilan menjalin hubungan interpersonal, membangun komunikasi, menunjukkan empati, serta memengaruhi dan membangun jaringan (Ferris dkk., 2005). Kemampuan konseptual berkaitan dengan kemampuan menganalisis situasi kompleks dan mengambil keputusan secara tepat (Robbins dan Judge, 2019). Ketiga kemampuan tersebut berperan penting dalam mendukung peningkatan kinerja individu dalam organisasi.

Perusahaan yang berorientasi pada penjualan sangat bergantung pada peran tenaga penjualan sebagai penghubung antara perusahaan dan konsumen (Hartatik dkk., 2020). Tenaga penjualan tidak hanya dituntut memahami produk dan strategi pemasaran, tetapi juga mampu membangun relasi yang kuat dengan pelanggan (Weitz dkk., 2013). Kinerja tenaga penjualan mencerminkan perilaku kerja serta hasil penjualan yang dicapai (Grant dkk., 2001). Kinerja tenaga penjualan dapat dilihat dari aspek perilaku dan hasil kerja yang diperoleh (Baldauf dkk., 2001). Pengukuran kinerja dilakukan melalui indikator seperti pencapaian pendapatan, keuntungan, target penjualan, dan kemampuan menjual produk baru secara efektif (Sujan, 2009). Proses evaluasi kinerja memungkinkan perusahaan memberikan umpan balik dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia (Noorhidayah, 2024).

Tekanan terhadap sektor perdagangan ritel di Indonesia meningkat akibat perlambatan ekonomi nasional pada tahun 2025 (Trading Economics, 2025). Melemahnya daya beli masyarakat turut berdampak pada penurunan aktivitas perdagangan (IDNFinancials, 2025). Kondisi tersebut meningkatkan tuntutan terhadap tenaga penjualan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan melalui interaksi yang efektif. Keberhasilan dalam mempertahankan hubungan pelanggan sangat berkaitan dengan kemampuan interpersonal individu (Ferris dkk., 2005).

Kemampuan memengaruhi secara efektif dalam konteks kerja berkembang menjadi konstruk keterampilan politik. Keterampilan politik didefinisikan sebagai kemampuan memahami orang lain di tempat kerja dan menggunakan pemahaman tersebut untuk memengaruhi secara efektif demi mencapai tujuan (Ferris dkk., 2005). Keterampilan politik terdiri atas empat dimensi, yaitu kepekaan sosial, pengaruh interpersonal, kemampuan berjejaring, dan ketulusan yang tampak (Ferris dkk., 2005). Individu dengan

keterampilan politik yang tinggi mampu membaca dinamika sosial dan membangun hubungan yang saling menguntungkan dalam konteks profesional.

Penelitian menunjukkan bahwa keterampilan politik berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjualan (Li dkk., 2017). Keterampilan politik juga berkontribusi terhadap keberhasilan hubungan bisnis jangka panjang dan peningkatan hasil penjualan (Schwepker dan Good, 2022). Penelitian lain menunjukkan bahwa keterampilan politik berkaitan dengan kesuksesan karier dan reputasi profesional dalam organisasi (Blickle dkk., 2012). Keterampilan politik juga memiliki hubungan positif dengan berbagai hasil kerja seperti kinerja dan kepuasan kerja (Munyon dkk., 2015).

Konteks pasar tradisional memiliki karakteristik sosial yang unik karena interaksi langsung dan kepercayaan menjadi fondasi utama hubungan bisnis (Pameling dkk., 2024). Penelitian mengenai keterampilan politik dalam konteks pasar tradisional masih relatif terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara keterampilan politik dan kinerja tenaga penjualan di Pasar Juwana Baru. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam pengembangan kajian psikologi industri dan organisasi serta memberikan manfaat praktis bagi peningkatan kapasitas tenaga penjualan di pasar tradisional.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain korelasional, yaitu pendekatan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel penelitian melalui pengolahan data dalam bentuk numerik sehingga hasil yang diperoleh bersifat objektif dan terukur (Sugiyono, 2014). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah keterampilan politik, sedangkan variabel terikat adalah kinerja tenaga penjualan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tenaga penjualan dari berbagai perusahaan dalam sektor sembako yang memiliki wilayah kerja di Pasar Juwana Baru, Kabupaten Pati. Jumlah populasi tidak dapat ditentukan secara pasti karena bersifat dinamis dan tidak terdata secara formal. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Lemeshow* karena populasi termasuk kategori *unknown population* (Riyanto dan Hermawan, 2020). Perhitungan dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan 10% menghasilkan jumlah sampel minimal sebesar 97 responden. Pelaksanaan penelitian memperoleh 99 responden sehingga telah melebihi batas minimal yang ditetapkan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu (Sugiyono, 2014). Kriteria sampel meliputi tenaga penjualan dari berbagai perusahaan dalam sektor sembako yang aktif bekerja di Pasar Juwana Baru, baik laki-laki maupun perempuan, serta telah bekerja minimal enam bulan.

Instrumen penelitian yang digunakan terdiri dari dua skala psikologis, yaitu skala keterampilan politik dan skala kinerja tenaga penjualan. Keterampilan politik diukur menggunakan *Political Skill Inventory (PSI)* yang dikembangkan oleh Ferris dkk. (2005), yang mencakup empat dimensi, yaitu kepekaan sosial, pengaruh interpersonal, kemampuan berjejaring, dan ketulusan yang tampak Sementara itu, kinerja tenaga penjualan diukur menggunakan *Salesperson Performance Scale* yang disusun oleh Behrman dan Perreault (1982), yang terdiri dari lima dimensi, yaitu tujuan penjualan,

pengetahuan teknis, pemberian informasi, mengelola biaya, dan presentasi penjualan. Kedua instrumen telah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia melalui lembaga resmi Cilad UNISSULA dan telah melalui proses *expert judgment* oleh dosen pembimbing, yaitu Dr. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si.

Uji kualitas instrumen meliputi uji validitas, daya beda aitem, dan reliabilitas. Validitas instrumen dinilai melalui validitas isi untuk memastikan kesesuaian butir pernyataan dengan konstruk yang diukur (Azwar, 2012). Uji daya beda aitem dilakukan menggunakan analisis korelasi *Product Moment*, dengan kriteria koefisien korelasi minimal 0,30 sebagai indikator daya beda yang memadai. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* untuk menilai konsistensi internal pada kedua skala.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Pearson Product Moment Correlation* dengan bantuan program SPSS versi 27. Teknik ini digunakan untuk menguji hubungan antara keterampilan politik dan kinerja tenaga penjualan. Hipotesis yang diajukan peneliti menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara keterampilan politik dan kinerja tenaga penjualan di Pasar Juwana Baru, di mana semakin tinggi tingkat keterampilan politik, semakin tinggi pula tingkat kinerja tenaga penjualan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Peneliti menggunakan uji normalitas untuk mengetahui data yang diperoleh apakah sudah terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk memastikan data penelitian terdistribusi normal. Nilai signifikansi dalam pengujian data dinyatakan terdistribusi normal jika lebih dari 0,05. Tabel berikut menyajikan hasil uji normalitas.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Mean	Standar deviasi	KS-Z	Sig.	P	Ket
Keterampilan Politik	64,91	8,113	0,053	0,200	>0,05	Normal
Kinerja Tenaga Penjualan	105,31	11,800	0,089	0,051	>0,05	Normal

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa variabel keterampilan politik dan kinerja tenaga penjualan terdistribusi normal.

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui arah signifikansi hubungan antar variabel melalui analisis varians (ANOVA) dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27.0. Tabel berikut menunjukkan hasil uji linearitas.

Tabel 2. Hasil Uji Linearitas

Variabel	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Keterampilan Politik	6798,022	1	6798,022	110.174	,000
Kinerja Tenaga Penjualan					

Berdasarkan hasil uji linearitas, diperoleh hasil nilai koefisien F linear sebesar 110.174 dengan tingkat signifikansi sebesar $<0,001$ ($p < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan adanya hubungan antara keterampilan politik dan kinerja tenaga penjualan bersifat linear atau membentuk pola garis lurus.

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji hubungan antara keterampilan politik dengan kinerja tenaga penjualan di Pasar Juwana Baru, sekaligus menentukan apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau sebaliknya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik korelasi *product moment pearson*.

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Pearson Correlation	N	Sig
Keterampilan Politik	0,706	99	,000
Kinerja Tenaga Penjualan			

Dari analisis yang telah dilakukan, diperoleh nilai *pearson correlation* = 0,706 dengan signifikansi $<0,001$ ($p < 0,05$), oleh karena itu, terdapat korelasi positif antara variabel keterampilan politik dan kinerja tenaga penjualan.

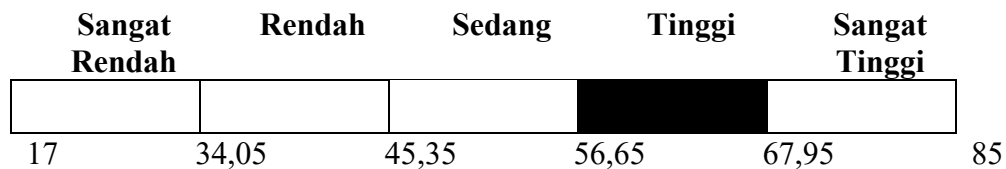
Deskripsi hasil penelitian adalah untuk membantu pembaca memahami isi penelitian, khususnya terkait skor subjek dan kondisi pengukuran yang berkaitan dengan karakteristik yang diteliti. Pengelompokan kategori dilakukan berdasarkan distribusi normal dengan pembagian subjek secara bertingkat pada setiap variabel. Gambaran hitungan norma hipotetik lima kategorisasi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. Norma Kategorisasi Skor

Rentang Skor			Kategorisasi
$\mu + 1.5 \sigma$	<	x	Sangat Tinggi
$\mu + 0.5 \sigma$	< x ≤	$\mu + 1.5 \sigma$	Tinggi
$\mu - 0.5 \sigma$	< x ≤	$\mu + 0.5 \sigma$	Sedang
$\mu - 1.5 \sigma$	< x ≤	$\mu - 0.5 \sigma$	Rendah
x	≤	$\mu - 1.5 \sigma$	Sangat Rendah

Tabel 5. Norma Kategorisasi Skala Keterampilan Politik

Norma	Kategorisasi	Jumlah	Presentase
67,95 < 85	Sangat Tinggi	35	35,4
56,65 < X ≤ 67,65	Tinggi	52	52,5
45,35 < X ≤ 56,65	Sedang	11	11,1
34,05 < X ≤ 45,35	Rendah	1	1
17 ≤ 34,05	Sangat Rendah	0	0
Total		99	100%

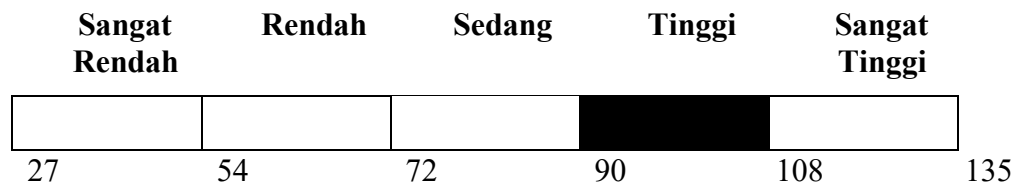


Gambar 1. Norma Persebaran Data Variabel Keterampilan Politik

Hasil kategorisasi keterampilan politik menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa tenaga penjualan di Pasar Juwana Baru memiliki keterampilan politik yang baik.

Tabel 6. Norma Kategorisasi Skala Kinerja Tenaga Penjualan

Norma	Kategorisasi	Jumlah	Presentase
$108 < 135$	Sangat Tinggi	32	32,3
$90 < X \leq 108$	Tinggi	58	58,6
$72 < X \leq 90$	Sedang	8	8,1
$54 < X \leq 72$	Rendah	1	1
$27 \leq 54$	Sangat Rendah	0	0
Total		99	100%



Gambar 2. Norma Persebaran Data Variabel Kinerja Tenaga Penjualan

Hasil kategorisasi skor menunjukkan bahwa sebagian besar subjek penelitian berada pada kategori keterampilan politik dan kinerja tenaga penjualan yang tinggi. Nilai rata-rata empirik pada kedua variabel mengindikasikan bahwa tenaga penjualan di Pasar Juwana Baru umumnya memiliki kemampuan yang baik dalam memahami dinamika sosial, membangun relasi dengan pelanggan, serta menampilkan kinerja yang optimal dalam aktivitas penjualan. Temuan ini menunjukkan bahwa keterampilan politik berperan sebagai sumber daya sosial yang mendukung efektivitas kinerja tenaga penjualan dalam konteks pasar tradisional.

B. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara keterampilan politik dan kinerja tenaga penjualan di Pasar Juwana Baru. Hasil analisis korelasi *Product Moment Pearson* memperoleh koefisien korelasi sebesar $r_{xy} = 0,706$ dengan taraf signifikansi $p < 0,000$ sehingga hipotesis penelitian diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi keterampilan politik yang dimiliki oleh tenaga penjualan maka semakin tinggi pula kinerja yang ditampilkan. Tenaga penjualan dengan keterampilan politik yang lebih rendah cenderung menunjukkan kinerja yang lebih rendah.

Temuan tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Ferris dkk. (2005) yang menyatakan bahwa keterampilan politik merupakan sumber daya personal yang memungkinkan individu memahami orang lain di lingkungan kerja serta memengaruhi mereka secara efektif dalam mencapai tujuan. Keterampilan politik mencakup kemampuan membaca situasi sosial, membangun relasi, memengaruhi orang lain, serta

menampilkan ketulusan dalam interaksi. Konteks tenaga penjualan menuntut kemampuan tersebut sebagai modal untuk menyesuaikan diri dengan dinamika pasar, membangun kepercayaan pelanggan, serta mengelola interaksi sosial secara adaptif sehingga berdampak pada peningkatan kinerja.

Hasil penelitian ini juga mendukung temuan penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya hubungan positif antara keterampilan politik dan kinerja kerja. Penelitian Syed (2021) menemukan bahwa keterampilan politik berhubungan signifikan dengan *job performance* pada karyawan sektor jasa. Penelitian Gracia dan Kristiyono (2023) pada tenaga penjualan otomotif di Indonesia menunjukkan bahwa keterampilan politik berpengaruh positif terhadap kemampuan membangun hubungan pelanggan dan kinerja penjualan. Penelitian Khan dan Akhtar (2021) menemukan bahwa keterampilan politik berkaitan dengan kepuasan kerja dan perilaku kewargaan organisasi yang turut berkontribusi terhadap peningkatan kinerja individu.

Karakteristik responden menunjukkan mayoritas tenaga penjualan berada pada rentang usia 20–40 tahun yang termasuk kategori usia produktif dengan kemampuan adaptasi yang baik terhadap dinamika pasar. Responden berusia di atas 40 tahun juga menunjukkan proporsi yang cukup besar yang mencerminkan pengalaman dan kematangan dalam menghadapi pelanggan. Komposisi responden didominasi oleh laki-laki meskipun perempuan juga memiliki proporsi yang signifikan. Tingkat pendidikan mayoritas adalah lulusan SMA atau SMK yang menunjukkan bahwa pekerjaan tenaga penjualan lebih menekankan keterampilan interpersonal dan pengalaman lapangan. Masa kerja responden mayoritas lebih dari lima tahun yang mengindikasikan pengalaman kerja yang memadai dalam menghadapi berbagai situasi pasar.

Berdasarkan hasil kategorisasi, sebagian besar tenaga penjualan berada pada kategori keterampilan politik yang tinggi dan kinerja tenaga penjualan yang tinggi. Tenaga penjualan secara umum memiliki kemampuan yang baik dalam membangun relasi, memahami situasi sosial, serta mengelola interaksi kerja secara efektif. Kinerja yang tinggi tercermin dari pencapaian target, pengetahuan produk yang memadai, kemampuan memberikan informasi secara jelas, pengelolaan biaya, serta kemampuan melakukan presentasi penjualan secara efektif.

Keterampilan politik dapat dipahami sebagai salah satu faktor penting yang berkaitan dengan kinerja tenaga penjualan. Keterampilan politik memberikan kontribusi signifikan dalam membantu tenaga penjualan membangun hubungan kerja yang positif, mempertahankan pelanggan, serta mencapai kinerja yang lebih efektif dalam konteks pasar tradisional.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara keterampilan politik dan kinerja tenaga penjualan di Pasar Juwana Baru. Hubungan yang terbentuk bersifat positif, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi keterampilan politik yang dimiliki, maka semakin tinggi pula kinerja tenaga penjualan. Temuan ini mengindikasikan bahwa keterampilan politik berperan sebagai sumber daya

sosial yang mendukung efektivitas kerja tenaga penjualan dalam mencapai target dan membangun hubungan dengan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Baldauf, A., Cravens, D. W., & Piercy, N. F. (2001). Examining Business Strategy, Sales Management, and Salesperson Antecedents of Sales Organization Effectiveness. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 21(2), 109–122. doi:10.1080/08853134.2001.10754264
- Behrman, D. N., & Perreault, W. D., Jr. (1982). Measuring the Performance of Industrial Salespersons. *Journal of Business Research*, 10(3), 355–370.
- Ferris, G. R., Treadway, D. C., Kolodinsky, R. W., Hochwarter, W. A., & Kacmar, C. J. (2005). Development And Validation of The Political Skill Inventory. *Journal of Management*, 31(1), 126–152. doi:10.1177/0149206304271386
- Gracia, F., & Kristiyono, J. (2023). Automotive Salespeople Performance: Political Skill, Relationship Building, and Deviance. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 9(2), 150–162. doi:10.31289/Jkbn.V9i2.8616
- Grant, K., Cravens, D. W., Low, G. S., & Moncrief, W. C. (2001). The role of satisfaction with territory design on the motivation, attitudes, and work outcomes of salespeople. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 29(2), 165–178. doi:10.1177/03079459994532
- Hartatik, S. B., Kurniati, R. R., & Hardati, R. N. (2020). Pengaruh interpersonal skill dan salesmanship skill melalui kinerja tenaga penjualan terhadap kepercayaan konsumen. *JIAGABI*, 9(2), 386–395.
- JUPIEKES. (2024). Pengaruh hard skill dan soft skill terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Pendidikan Islam dan Ekonomi*, 2(2), 203–213.
- Khamis, M. (2021). Entrepreneurial competencies and business performance: Evidence from SMEs in developing countries. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 43(2), 145–160.
- Li, J., Sun, G., & Cheng, Z. (2017). The Influence of Political Skill on Salespersons' Work Outcomes. *Journal of Business Ethics*, 141(3), 551–562. doi:10.1007/S10551-015-2696-Z
- Pameling, R., Akuba, S., & Hinelo, S. (2024). Peran Pasar Tradisional dalam Penguatan Ekonomi Rakyat di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 12(1), 45–56.
- Purwanti, Y., Nurhayati, N., & Fauzi, T. H. (2022). Marketing Competencies of Traditional Traders in the Panorama Lembang Market Bandung Barat District. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies (JEEES)*, 3(1), 46–55.

-
- Riyanto, & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif: Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Deepublish.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). *Organizational behavior* (18th ed.). Pearson.
- Schwepker, C. H. Jr., & Good, M. C. (2022). Improving Business-to-Business Relationship Quality Through Salespeople's Grit and Political Skill. *Journal Of Business-to-Business Marketing*, 29(3-4), 293–309. doi:10.1080/1051712X.2022.2121508
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sujan, Haris, Barton A. Weitz & Nirmalaya Kumar. (2009). Learning Orientation, Working Smart and Effective Selling. *Journal Of Marketing*. 58. 39–52.
- Syed, F. (2021). The Impact of Political Skills on Employee Outcomes. *European Journal of Business And Management*, 13(6), 45–53.
- Utomo. 2015. Menumbuhkan minat kewirausahaan sosial. *Jurnal Among Makarti*. 7(2).
- Weitz, B. A., Castleberry, S. B., & Tanner, J. F. (2013). *Selling: Building partnerships* (9th ed.). McGraw-Hill Education.