

FAKTOR KESUKSESAN BISNIS *START-UP* DI SURABAYA

Andre Soekanto¹ & Carolina Novi Mustikarini²

Fakultas Manajemen dan Bisnis Universitas Ciputra

E-mail: andresokanto1@gmail.com & cmustikarini@ciputra.ac.id

Abstract : *Ciputra University integrates the concept of entrepreneurship in their teaching and learning activities. Consequently, the students are required to implement the concept of entrepreneurship in their business projects. Although the current success rate of the projects is low, there is a hope that the success rate of future projects will be higher. The purpose of this study is to determine the success factors of start-up business in Surabaya. This research is a quantitative research with second-order confirmatory factor analysis method and SmartPLS3 program. The samples of this research are 90 individuals who are a part of the successful businesses at Ciputra University. Research results conclude that the success factors of start-up business in Surabaya include work ethic, motivation, work discipline, integrity, work involvement, communication, business ethics, and adaptation.*

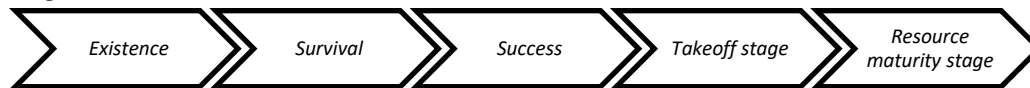
Keywords: *Entrepreneur, Factor-Analysis, Start-up business, Success factors.*

Abstrak: Universitas Ciputra merupakan salah satu perguruan tinggi yang menerapkan ilmu entrepreneurship dalam kegiatan belajar mengajarnya, oleh karena itu setiap mahasiswa Universitas Ciputra diwajibkan memiliki sebuah usaha yang menerapkan konsep – konsep entrepreneurship. Persentase bisnis mahasiswa yang sukses masih rendah, sedangkan harapannya adalah bisnis-bisnis lainnya dapat mencapai kesuksesan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang merefleksikan kesuksesan bisnis *start-up* di Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *confirmatory factor analysis second order* dengan menggunakan program SmartPLS3. Sampel dalam penelitian ini adalah 90 individual yang tergabung di dalam bisnis sukses di Universitas Ciputra. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang dapat merefleksikan kesuksesan bisnis adalah etos kerja, motivasi, disiplin kerja, integritas, keterlibatan kerja, komunikasi, etika bisnis, dan adaptasi.

Kata kunci: Analisis faktor, Bisnis *start-up*, *Entrepreneur*, Faktor kesuksesan.

PENDAHULUAN

Bisnis *start-up* semakin bertambah di Indonesia, hal ini dibuktikan dengan bertambahnya jumlah usaha-usaha kecil dan menengah di Indonesia. Menurut Kidder dalam Livano dan Herdinata (2014) bisnis *start-up* adalah perusahaan yang masih baru dengan kegiatan utamanya ialah pencarian produk dan pasar. Bisnis *start-up* memiliki tujuan untuk menyesuaikan produk atau jasa yang diberikan untuk pasar. Pada tahun 2015 Indonesia memiliki 2.317.400 usaha mikro (BPS, 2015). Pada umumnya bisnis *start-up* memiliki tahapan pertumbuhan bisnis sebelum mencapai kesuksesannya. Menurut Churchill dan Lewis dalam Gupta *et al.* (2013) Tahapan – tahapan tersebut adalah *existence*, *survival*, *success*, *takeoff stage*, dan *resource maturity stage*.



Gambar 1 Tahapan Pertumbuhan Bisnis

Sumber: Churchill dan Lewis dalam Gupta *et al.* (2013)

Menurut Gupta *et al.* (2013) pertumbuhan bisnis mempunyai beberapa tahapan, yang pertama adalah *existence*, pada tahap ini bisnis masih berusaha keras untuk membentuk model bisnisnya, selain itu pada tahap ini bisnis belum mempunyai badan hukum yang formal dan setiap aktivitas bisnis masih diawasi oleh pemiliknya. Tahap kedua adalah *survival*, pada tahap ini dengan makin berkembangnya bisnis maka pemilik bisnis akan merasa membutuhkan tambahan modal untuk memperluas bisnisnya. Pemilik bisnis akan merasa membutuhkan tambahan sumber daya manusia untuk membantu aktivitas bisnisnya. Pada tahap ini bisnis telah mengalami *breakeven point*. Tahap ketiga adalah *success*, pada tahap ini bisnis telah mendapatkan *profit* dan mempunyai modal yang cukup untuk memperluas bisnisnya, selain itu pada tahap ini bisnis telah mempunyai tim khusus untuk mengembangkan dan menjalankan bisnisnya sendiri pada tahap ini. Tahap keempat adalah *takeoff stage*, pada tahap ini bisnis akan fokus pada pertumbuhan lebih lanjut, ekspansi dan pencarian peluang-peluang baru, selain itu pada tahap ini bisnis sudah menjadi formal dan memiliki uraian tugas yang tertata. Semakin dewasanya bisnis maka bisnis tersebut akan masuk ke tahap terakhir yaitu *resource maturity stage* pada tahap ini bisnis akan lebih menekankan pada *quality control*, *finance control*, dan membuat kedudukan yang sesuai dipasar.

Universitas Ciputra merupakan salah satu perguruan tinggi yang menerapkan ilmu *entrepreneurship* dalam kegiatan belajar mengajarnya, oleh karena itu setiap mahasiswa Universitas Ciputra diwajibkan memiliki sebuah usaha yang menerapkan konsep – konsep *entrepreneurship*. Menurut Jose Carlos Jarillo-Moss dalam Harefa dan Siadari (2013) *Entrepreneur* adalah seseorang yang melihat peluang-peluang yang cocok dengan dirinya dan percaya bahwa keberhasilan adalah suatu hal yang dapat dicapai. Berdasarkan kriteria indikator pertumbuhan bisnis yang telah dibahas sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan bahwa bisnis di Universitas Ciputra masih dalam tahap *start-up*. Peneliti melakukan survei awal kepada 71 bisnis mahasiswa Universitas Ciputra angkatan 2013 dan menemukan bahwa jumlah bisnis yang berada ditahap *success* hanya berjumlah 10 bisnis dengan persentase sebanyak 14%, 14 bisnis dengan persentase sebanyak 20% berada di tahap *survival*, dan 47 bisnis dengan persentase tertinggi yaitu 66% masih berada ditahap *existence*. Harapannya bisnis yang berada ditahap *survival* dan *existence* dapat melangkah maju kedalam tahap *success* karena bisnis – bisnis tersebut mempunyai peluang untuk mencapai kesuksesan. Berdasarkan fakta tersebut peneliti ingin memastikan faktor kesuksesan bisnis *start-up*.

LANDASAN TEORI

Faktor Kesuksesan Bisnis

Etos kerja

Etos kerja adalah perilaku kerja positif yang didasari oleh kerja sama, keyakinan fundamental, dan komitmen kepada pekerjaan. Etos kerja dapat menjadi faktor pendorong kesuksesan dalam bisnis (Sinamo dalam Octarina 2013).

Motivasi

Motivasi adalah proses pembangkitan, pengarahan, dan penjagaan perilaku manusia yang bertujuan agar manusia tersebut terarah pada suatu tujuan (Juniantara dan Riana, 2015).

Disiplin kerja

Disiplin kerja merupakan sikap dan perilaku manusia yang dilakukan dengan suka rela dan penuh kesadaran untuk mengikuti peraturan – peraturan yang ada (Robbins dalam Octarina, 2013).

Integritas

Integritas merupakan suatu hal yang menimbulkan pengakuan profesional (Jusup dalam Probovury, 2015). Menurut Juliefi dalam Redjeki dan Heridiansyah (2013) integritas merupakan konsistensi dan keteguhan yang kuat untuk menjunjung tinggi nilai luhur dan keyakinan. Dapat disimpulkan bahwa integritas merupakan sikap kejujuran yang berguna untuk menghormati nilai – nilai moral yang ada.

Keterlibatan kerja

Keterlibatan kerja adalah sebuah tingkatan dimana seseorang mengaitkan dirinya ke pekerjaannya dan secara aktif berpartisipasi didalamnya. (Robbins dalam Simanjuntak, 2013).

Komunikasi

Komunikasi adalah proses pengiriman suatu informasi dari satu anggota kelompok atau individu kepada anggota kelompok atau individu lainnya melalui sarana tertentu (Ivancevich dan matteson dalam Prabhawa, Herawati dan Putra 2014).

Etika bisnis

Etika adalah nilai – nilai yang dianut oleh suatu masyarakat berdasarkan kebiasaan mereka (Chaniago dalam Kurniawati, 2015). Menurut Ara dalam Rad dan Rahmani (2015) etika berkaitan dengan apa yang baik dan tidak baik.

Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran adalah sebuah perencanaan yang di rancang oleh sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan (Tjiptono dalam Akbar, 2014).

Adaptasi

Adaptasi merupakan kegiatan seseorang dalam memproses sebuah informasi dari suatu lingkungan hidup dan melakukan penyesuaian berdasarkan informasi tersebut (Schindehutte dan Morris dalam Irjayanti dan Azis, 2015). Brennan dalam Zhu dan Zolkiewski (2016) menyatakan bahwa kemampuan beradaptasi merupakan komponen kritikal bisnis yang sukses.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan secara kuantitatif dengan metode *second order confirmatory factor analysis*. *Second order confirmatory* digunakan karena variabel tidak dapat diukur secara langsung sehingga membutuhkan indikator-indikator yang juga digunakan sebagai pernyataan pada kuesioner (Ghozali dan Latan, 2015). Peneliti menggunakan *software* SMARTPLS-3 karena cocok untuk sampel kecil yaitu untuk responden dengan jumlah 30-100 orang. *Sampling* pada penelitian ini adalah *convenience sampling*. *Convenience sampling* menggunakan sampel yang mempunyai kriteria tertentu yang telah ditentukan peneliti yang telah disesuaikan dengan area *sampling* yang ditentukan. (Jogiyanto, 2014). Populasi dari penelitian ini adalah bisnis–bisnis *start-up success* yang berada di kota Surabaya yang jumlah pastinya tidak diketahui. Menurut Barclay *et al.* dalam Hair *et al.* (2014) jumlah sampel 10 kali dari jumlah hipotesis. Oleh karena itu peneliti menyebarkan 90 kuesioner kepada individual yang tergabung di dalam kelompok bisnis yang sukses. Penelitian ini menggunakan skala *likert* sebagai pengukur sikap setuju atau tidak setuju dari responden. Skala *likert* adalah skala pengukuran tingkatan setuju atau tidak setuju pada sebuah pernyataan yang diberikan didalam kuesioner (Barua, 2013). Munshi (2014) menyatakan skala *likert* dengan tujuh poin akan mengurangi kesalahan pengukuran dan lebih presisi bila dibandingkan dengan penggunaan skala *likert* lima poin. Skala *likert* yang digunakan dalam penelitian ini adalah: (1) sangat tidak setuju; (2) tidak setuju; (3) cukup tidak setuju; (4) netral; (5) cukup setuju; (6) setuju; (7) sangat setuju.

Pada *first order construct* dilakukan uji model dari konstruk laten dimensi ke indikatornya. Berikut langkah-langkah yang wajib dilakukan untuk *first order construct* menurut Abdullah dan Jogiyanto (2015), yaitu melakukan uji validitas *convergent* dan *discriminant*. Pada validitas *convergent* terdapat dua hal yang harus diperhatikan, yaitu nilai *loading factor* dengan nilai yang disarankan di atas 0,70, serta nilai *average variance extracted* dengan nilai yang disarankan di atas 0,50. Pada validitas *discriminant* nilai *cross loading* disarankan di atas 0,70 dan indikator pada variabel yang berkaitan harus memiliki nilai paling tinggi. Pada saat melakukan pengujian reliabilitas, berikut hal-hal yang harus diperhatikan yaitu nilai *cronbach alpha* dan *composite reliability* untuk analisis faktor konfirmatori disarankan di atas 0,70.

Uji model pengukuran dari konstruk variabel laten ke laten utama dilakukan pada *second order construct* (Abdullah dan Jogianto, 2015). Pada tahap *second order construct*, dilakukan uji *loading factor* yang dilihat dari nilai *path coefficient* dan nilai yang disarankan adalah di atas 0,70 untuk setiap variabel. Uji yang selanjutnya adalah koefisien determinasi (r^2) yang nilainya diharapkan tinggi dan uji hipotesis dengan melihat nilai t-statistics dengan nilai yang disarankan di atas 1,96.

HASIL PENELITIAN

Responden

Responden penelitian ini adalah individual yang tergabung di dalam kelompok bisnis mahasiswa Universitas Ciputra sejumlah 90 responden.

First Order Construct

Uji validitas pertama adalah uji *loading factor* dengan nilai yang disarankan adalah di atas 0,70. Uji *loading factor* akan melakukan perbaikan model apabila terdapat indikator yang memiliki angka di bawah 0,70. Gambar 2 dan 3 (terlampir) menunjukkan perubahan model analisis. Langkah selanjutnya adalah uji AVE dengan nilai yang disarankan di atas 0,50 dan *cross loading* dengan nilai yang disarankan di atas 0,70. Gambar 3 (terlampir) menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai AVE yang dapat diterima.

Uji *cronbach alpha* dan *composite reliability* nilai yang disarankan untuk kedua uji tersebut adalah di atas 0,70. Gambar 3 menunjukkan bahwa hasil uji *cronbach alpha* dan *composite reliability* terdapat satu variabel yang memiliki nilai *cronbach alpha* di bawah 0,70. Variabel tersebut adalah strategi pemasaran (X8) dengan nilai 0,668 oleh karena itu variabel dan seluruh indikatornya dihapus.

Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai t-statistik di atas 1,96, maka uji hipotesis reflektif untuk *first order construct* dapat diterima.

Second Order Construct

Pengujian *second order construct* memiliki beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu nilai *loading factor* yang dilihat dari nilai *path coefficient* dengan nilai yang disarankan di atas 0,70, nilai koefisien determinasi yang tinggi dan uji hipotesis reflektif dengan nilai 1,96. Gambar 3 menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *loading factor* di atas 0,70 maka dari itu semua variabel dapat diterima. Nilai R^2 atau koefisien determinasi menunjukkan besarnya nilai indikator yang membentuk variabel utama. Tabel 1 menunjukkan jumlah persentase variabel yang membentuk variabel laten utama. Nilai t-statistik di atas 1,96 menyatakan bahwa hipotesis diterima. Gambar 3 menunjukkan variabel etos kerja (X1), motivasi (X2), disiplin kerja (X3), integritas (X4), keterlibatan kerja (X5), komunikasi (X6), etika bisnis (X7), dan adaptasi (X9) secara signifikan merefleksikan faktor kesuksesan bisnis *start-up*.

PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang telah dianalisis, dapat disimpulkan bahwa variabel yang dapat mencerminkan kesuksesan bisnis *start-up* adalah etos kerja, motivasi, disiplin kerja, integritas, keterlibatan kerja, komunikasi, etika bisnis, dan adaptasi. Variabel yang dielemisasi adalah strategi pemasaran karena memiliki nilai *cronbach alpha* di bawah angka yang disarankan (0,70) yaitu 0,669. Strategi pemasaran adalah sebuah perencanaan yang dirancang oleh sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan (Tjiptono dalam Akbar, 2014). Sebelum menjalankan bisnisnya mahasiswa melakukan perencanaan untuk menentukan jenis produk yang akan dijual, harga yang akan diberikan kepada konsumen, lokasi penjualan, dan promosi apa saja yang akan

dilakukan. Mahasiswa Universitas Ciputra sering kali tidak menerapkan strategi pemasaran dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, sehingga strategi pemasaran bukan merupakan faktor yang mendorong kesuksesan bisnis.

Tabel 1. Nilai *path coefficient* Tiap Variabel

Variabel	Nilai <i>path coefficient</i>	Nilai koefisien determinasi
Integritas (X ₄)	0,881	0,775
Komunikasi (X ₆)	0,865	0,748
Etos Kerja (X ₁)	0,862	0,742
Etika Bisnis (X ₇)	0,833	0,694
Keterlibatan Kerja (X ₅)	0,828	0,686
Disiplin Kerja (X ₃)	0,815	0,664
Adaptasi (X ₉)	0,793	0,629
Motivasi (X ₂)	0,749	0,560

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS3

Tabel 1 menunjukkan bahwa faktor integritas, komunikasi, etos kerja, etika bisnis, keterlibatan kerja, disiplin kerja, adaptasi, dan motivasi merefleksikan faktor kesuksesan pada bisnis *start-up*. Berdasarkan nilai *path coefficient* pada Tabel 1 dapat menunjukkan urutan tertinggi hingga terendah dari faktor – faktor kesuksesan pada bisnis *start-up*.

Variabel integritas adalah variabel dengan urutan pertama sebagai faktor yang merefleksikan kesuksesan pada bisnis *start-up*. Individual yang tergabung di dalam bisnis yang sukses cenderung memiliki sikap yang loyal dan memiliki komitmen yang tinggi kepada bisnisnya. Loyalitas pada bisnis di Universitas Ciputra berbicara tentang kesetiaan individual kepada bisnisnya. Contohnya disetiap pergantian semester mahasiswa diberi kesempatan untuk meneruskan bisnisnya atau keluar dari bisnisnya dan memulai bisnis yang baru. Individual yang memilih untuk tetap setia dengan bisnisnya cenderung akan mengalami kesuksesan karena individual tersebut percaya bahwa bisnis tersebut memiliki peluang untuk berkembang, sehingga mereka komitmen untuk mengembangkan bisnisnya ke tahap yang lebih baik dari sebelumnya.

Variabel komunikasi adalah variabel dengan urutan kedua sebagai faktor yang merefleksikan kesuksesan pada bisnis *start-up*. Komunikasi merupakan faktor yang dapat mencerminkan kesuksesan bisnis di Universitas Ciputra. Komunikasi yang baik antar anggota dalam sebuah bisnis akan menimbulkan rasa kepemilikan yang tinggi dalam menjalankan bisnisnya, selain itu komunikasi yang terjalin dengan baik akan menciptakan koordinasi yang optimal. Mahasiswa akan dihadapkan dengan perbedaan ide dan pendapat ketika melakukan bisnisnya, dengan komunikasi yang optimal mahasiswa mampu mengatasi perbedaan pendapat dan mengoptimalkan ide-ide yang beragam. Hal tersebut dapat memberikan dampak yang positif bagi perusahaan sehingga komunikasi dapat mencerminkan sebuah kesuksesan bisnis di Universitas Ciputra.

Variabel etos kerja adalah variabel dengan urutan ketiga sebagai faktor yang merefleksikan kesuksesan pada bisnis *start-up*. Kunci sukses kelompok bisnis dalam menjalankan sebuah bisnis tercermin pula dalam etos kerja pada setiap individual didalamnya. Mahasiswa memiliki tanggung jawab dalam menjalankan bisnisnya. Mahasiswa diwajibkan untuk dapat menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan oleh dosen pembimbingnya maupun tugas perusahaan. Tugas-tugas yang diselesaikan tentunya akan menjadi sebuah dorongan bagi bisnis tersebut untuk mencapai kesuksesan. Bisnis yang sukses dimiliki oleh mahasiswa yang berupaya seoptimal mungkin untuk mengejar sebuah *achievement* atau *reward* yang disediakan baik oleh Universitas Ciputra ataupun diluar kampus. Contohnya mahasiswa mengerjakan tugasnya dengan sikap tulus, selalu bersemangat, kreatif dan penuh ketekunan.

Variabel etika bisnis adalah variabel dengan urutan keempat sebagai faktor yang merefleksikan faktor

kesuksesan pada bisnis *start-up*. Etika bisnis jika dikaitkan dalam kurikulum Universitas Ciputra dapat dikaitkan dengan salah satu dari *seven entrepreneurial spirit* yaitu *High Ethical Standard* yang mengatakan bahwa sebuah bisnis harus memiliki standar etika. Bisnis di Universitas Ciputra yang memiliki standar etika adalah bisnis yang telah mempunyai legalitas bisnis, contohnya pada umumnya bisnis-bisnis tersebut memiliki legalitas seperti PIRT, halal, dan uji klinis untuk bisnis *food & beverage* selain itu bisnis tersebut memiliki kesepakatan didalam timnya. Hal lain yang dapat mencerminkan etika bisnis adalah kelompok tersebut membuat kontrak kerja yang jelas untuk bisnis. Etika bisnis perusahaan dapat mendorong bisnis mahasiswa untuk mencapai kesuksesan.

Variabel keterlibatan kerja adalah variabel dengan urutan kelima sebagai faktor yang merefleksikan faktor kesuksesan pada bisnis *start-up*. Keterlibatan kerja dalam bisnis Universitas Ciputra dapat dikaitkan dengan Mahasiswa yang memiliki kesadaran individual untuk berkontribusi dalam bisnisnya untuk mencapai visi dan misi perusahaan. Bisnis yang sukses dibangun dengan kerja sama yang baik tiap individualnya. Individual yang tergabung dalam kelompok tersebut bertanggung jawab untuk terlibat dalam setiap kegiatan bisnisnya. Contohnya kelompok bisnis yang beranggotakan lima orang, memiliki lima *job desk* yang berbeda-beda. Hal ini akan membuat setiap anggota dapat melibatkan diri dalam melakukan kegiatan bisnis sehingga akan menciptakan ikatan emosional dengan bisnisnya atau sering disebut dengan *sense of belonging*. Bisnis yang sukses dicerminkan dengan individual-individual yang sadar untuk ikut berkontribusi dalam kegiatan bisnisnya.

Variabel disiplin kerja adalah variabel dengan urutan keenam sebagai faktor yang merefleksikan faktor kesuksesan pada bisnis *start-up*. Disiplin kerja di Universitas Ciputra dapat terwujud dalam pencapaian target bisnis mahasiswa Universitas Ciputra dan ketepatan waktu. Setiap individual yang tergabung dalam bisnis di Universitas Ciputra memiliki sebuah target yang telah disepakati oleh anggota kelompok dan dosen pembimbingnya. Target ini dibuat untuk mendorong kelompok bisnis tersebut meraih kesuksesan. Pencapaian target tersebut dapat didorong dengan kesadaran akan tanggung jawab individual untuk memenuhi targetnya. Selain target, disiplin waktu juga menjadi salah satu pendorong kesuksesan bisnis, contohnya seperti ketepatan waktu dalam melakukan konsultasi dengan dosen pembimbingnya, *meeting* kelompok, bahkan ketepatan waktu untuk bertemu dengan *client* atau calon pelanggan. Bisnis yang sukses di Universitas Ciputra menerapkan disiplin kerja dalam melakukan kegiatan bisnisnya sehingga hal ini dapat mendorong kesuksesan bisnis tersebut.

Variabel adaptasi adalah variabel dengan urutan ketujuh sebagai faktor yang merefleksikan faktor kesuksesan pada bisnis *start-up*. Kemampuan beradaptasi di Universitas Ciputra dapat dilihat dari tahapan semester mahasiswa tersebut. Contohnya pada tahapan awal di semester satu mahasiswa baru akan mengalami masa transisi dari SMA ke perkuliahan. Mahasiswa semester satu didorong untuk melakukan kegiatan *entrepreneurship* seperti menciptakan *entrepreneurial event*, hal ini mendorong mahasiswa untuk melakukan adaptasi dengan kegiatan dan kurikulum di Universitas Ciputra. Semester dua di Universitas Ciputra mahasiswa akan dihadapkan dengan tantangan yang baru yaitu mahasiswa menciptakan sebuah *planning* bisnis yang disertai dengan riset pasar dan *team work* yang akan dieksekusi pada semester tiga. Selanjutnya di semester empat mahasiswa didorong untuk memberikan inovasi kepada produknya. Mahasiswa yang menjalani tahapan tersebut mengalami berbagai macam adaptasi seperti adaptasi untuk produk, layanan dan operasionalnya, selain itu mahasiswa juga akan mengalami proses adaptasi dengan anggota kelompok bisnisnya. Tahapan-tahapan yang dilalui mahasiswa ini tidak mudah, mahasiswa akan mempelajari hal yang berbeda setiap semesternya, maka kemampuan mahasiswa tersebut untuk beradaptasi mencerminkan kesuksesannya. Bisnis Universitas Ciputra yang sukses cenderung memiliki individual yang mampu melakukan berbagai macam adaptasi tersebut.

Variabel motivasi adalah variabel dengan urutan terakhir yaitu kedelapan sebagai faktor yang merefleksikan faktor kesuksesan pada bisnis *start-up*. Kesuksesan sebuah bisnis dapat tercapai karena terdapat individual yang terlibat di dalam bisnis tersebut yang memiliki ketertarikan terhadap bisnis yang dijalankannya, contohnya seperti mahasiswa yang menjalankan bisnisnya berdasarkan hobi yang ia miliki atau adanya ketertarikan dengan bidang yang ditekuni. Individual tersebut juga merasa berkompeten untuk melakukan kegiatan bisnisnya karena dalam perjalanan bisnisnya individual tersebut dapat mempertahankan

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Faktor-faktor yang dapat diterima untuk merefleksikan kesuksesan pada bisnis *start-up* di Surabaya adalah etos kerja, motivasi, disiplin kerja, integritas, keterlibatan kerja, komunikasi, etika bisnis, dan adaptasi. Faktor yang tidak dapat diterima untuk merefleksikan kesuksesan pada bisnis *start-up* di Surabaya adalah strategi pemasaran.

Keterbatasan dan Saran

Penelitian ini tidak dapat diterapkan pada *start-up* bisnis Surabaya secara umum karena dalam proses penelitian, peneliti mengalami kesulitan dalam memetakan bisnis *start-up* di luar Surabaya Barat. Keterbatasan lainnya adalah unit analisis yang diteliti merupakan individual yang tergabung di dalam bisnis sukses yang kurang merepresentasikan unit analisis project bisnis sukses. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan sampel diluar bisnis mahasiswa Universitas Ciputra. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan metode yang berbeda seperti metode kualitatif atau menggunakan alat analisis yang berbeda selain SmartPLS3.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W & Jogiyanto, H. M. (2015) *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Akbar, E. (2014). Analisis Strategi Pemasaran Sarinira Hotchocolate dengan Metode BCG (Boston Consulting Group), Swot dan Benchmarking (Studi Kasus: CV. Sari Nira Nusantara) (*Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta*).
- Badan Pusat Statistik. (2016). *Jumlah Perusahaan Industri Mikro dan Kecil Menurut Provinsi 2013-2015*. Diakses 04 September 2016, dari www.bps.go.id.
- Barua, A. (2013). Methods for decision-making in survey questionnaires based on Likert scale. *Journal of Asian Scientific Research*, 3(1), 35.
- Ghozali, I. & Latan, H (2015) *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang : Badan Penerbit – Undip.
- Gupta, P. D., Guha, S., & Krishnaswami, S. S. (2013). Firm growth and its determinants. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2(1), 1.
- Hair, F. Jr, J., Sarstedt, M., Hopkins, L., & G. Kuppelwieser, V. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106-121.
- Harefa, A. & Siadari, E. E. (2013). *The Ciputra Way Praktik Terbaik Menjadi Entrepreneur Sejati*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Irijayanti, M., & Azis, A. M. (2015). Key Success Factors (KSF) of Small Medium. *Banking and Management Review*, 4(2), 522 – 528.
- Juniantara, I. W., & Riana, I. G. (2016). Pengaruh Motivasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Koperasi di Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 4(09).
- Kurniawati, H. (2015). Literatur Review: Pentingkah Etika Bisnis bagi Perusahaan.
- Livano, A., & Herdinata, C. (2014, May). Peran Karakter Passion Dan Market Sensitivity Dalam Startup Business Udi Fer Bags. Seminar Nasional And Call For Paper–22 Mei 2014–ISBN: 978-979-19940-3-3–Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranata.

- Munshi, J. (2014). A method for constructing Likert scales. *Available at SSRN 2419366*.
- Octarina, A. (2013). Pengaruh Etos Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Sarolangun. *Manajemen S-1*, 1(1).
- Prabhawa, I. K. A., Herawati, N. T., AK, S., Adiputra, I. M. P., SE, S., & Si, M. (2014). Pengaruh Supervisi, Profesionalisme, Dan Komunikasi Dalam Tim Pada Kinerja Auditor Perwakilan BPKP Provinsi Bali. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi S1)*, 2(1).
- Probovury, R. A. (2015). Pengaruh Penyalahgunaan Teknologi Informasi Dan Integritas Mahasiswa Terhadap Perilaku Kecurangan Akademik Mahasiswa Akuntansi Sebagai Calon Akuntan (Studi pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta) (*Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi*).
- Rad, M. F., & Rahmani, M. (2015). Ethical Issues and Obligations in Knowledge-based Entrepreneurship in Iran.
- Redjeki, D. P. S., & Heridiansyah, J. (2013). Memahami Sebuah Konsep Integritas. *Jurnal STIE Semarang*, 5(3).
- Simanjuntak, N., & Rahardja, E. (2013). Analisis Pengaruh Keterlibatan Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Turnover Intention Karyawan (Studi Pada PT. Njonja Meneer Semarang) (*Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis*).
- Zhu, X., & Zolkiewski, J. (2016). Exploring service adaptation in a business-to-business context. *Journal of Service Theory and Practice*, 26(3), 315-337.