

Sosialisasi Penguatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pendidikan Kewirausahaan di Desa Firdaus

Dissemination of Community Economic Empowerment through Entrepreneurship Education in Firdaus Village

Yomeini Margareth Sagala^{1*}, Suci Etri Jayanti², Daniel Collyn³, Rapat Piter Sony Hutaeruk⁴, Rika Surianto Zalukhu⁵, Yenni Mariani Sinurat⁶, Rodi Syafrizal⁷, Ayu Zurlaini Damanik⁸, Suwadi⁹, Bobby Hartanto¹⁰, Kumala Vera Dewi¹¹, Cici Puspaningrum¹², Murbanto Sinaga¹³

¹⁻¹²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bina Karya, Indonesia

¹³Universitas Sumatera Utara, Indonesia

Email Korespondensi : rikasurianto Zalukhu@gmail.com

Article History:

Received: Maret 12, 2024;

Revised: April 18, 2024;

Accepted: Juni 27, 2024;

Published: Juni 30, 2024;

Keywords:

Entrepreneurship education,

Entrepreneur,

Economic empowerment

Abstract: The ratio of entrepreneurs in Firdaus village, Sei Rampah District, Serdang Bedagai Regency, is considered very low. This low ratio is attributed to the community's low interest in entrepreneurship. Most of the community believes that entrepreneurship requires a large amount of capital. Additionally, there are risks that may occur, such as losses and uncertainty regarding income. Therefore, a community service activity in the form of socialization was conducted for the people of Firdaus village. This socialization activity aimed to provide entrepreneurship education to the community in Firdaus village, thus fostering interest in entrepreneurship. The socialization activity was attended by 22 participants. The methods used in this community service activity were lectures and interactive discussions. The stages of the community service activities included the preparation stage and the implementation stage. This activity had a positive impact on increasing the knowledge of the participants regarding the entrepreneurial skills that an entrepreneur must master, as well as the importance of marketing strategies and the use of technology in the success of a business. Several participants expressed interest in entrepreneurship after participating in the community service activity. This indicates that the community service activity has made a positive contribution to the people of Firdaus village.

Abstrak

Rasio wirausaha di desa Firdaus, Kecamatan Sei Rampah, Kabupaten Serdang Bedagai tergolong sangat rendah. Rendahnya rasio tersebut dilatarbelakangi oleh rendahnya minat masyarakat untuk berwirausaha. Sebagian besar masyarakat berpandangan bahwa berwirausaha membutuhkan modal yang besar. Disamping itu, ada risiko yang bisa saja terjadi, seperti kerugian dan ketidakpastian akan pendapatan. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian dalam bentuk sosialisasi diadakan kepada masyarakat di desa Firdaus. Kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pendidikan kewirausahaan kepada masyarakat di desa Firdaus, sehingga minat untuk berwirausaha dapat tumbuh. Kegiatan sosialisasi diikuti oleh 22 orang peserta. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah ceramah dan diskusi interaktif. Tahapan kegiatan pengabdian meliputi tahap persiapan dan tahap pelaksanaan. Kegiatan ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan pengetahuan peserta pengabdian tentang keterampilan kewirausahaan yang harus dikuasai oleh seorang wirausaha, serta pentingnya peranan strategi pemasaran dan penggunaan teknologi dalam keberhasilan suatu usaha. Beberapa peserta kegiatan pengabdian mengaku tertarik untuk berwirausaha setelah mengikuti kegiatan pengabdian tersebut. Hal ini mencerminkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan berkontribusi positif kepada masyarakat di desa Firdaus.

Kata Kunci: Pendidikan kewirausahaan, Wirausaha, Penguatan ekonomi.

1. PENDAHULUAN

Berwirausaha merupakan kegiatan yang banyak digeluti masyarakat saat ini. Kegiatan ini umumnya ditekuni oleh berbagai kelompok masyarakat, baik yang berpendidikan rendah, maupun berpendidikan tinggi. Untuk menjadi wirausahawan sukses, dibutuhkan kerja keras dan juga pengetahuan yang memadai. Oleh karena itu, tidak mudah bagi seseorang wirausaha untuk meraih kesuksesan dan naik kelas.

Perpres No. 2 Tahun 2022 mendefinisikan wirausaha sebagai orang yang menjalankan, menciptakan, dan/atau mengembangkan suatu usaha. Dalam Perpres tersebut, wirausaha digolongkan menjadi dua jenis, yaitu wirausaha pemula dan wirausaha mapan. Wirausaha pemula menjalankan usahanya sendiri, serta dibantu buruh tak tetap/buruh tak dibayar. Sementara, wirausaha mapan menjalankan usahanya dibantu buruh tetap/buruh dibayar. Wirausaha pemula ini diharapkan naik kelas menjadi wirausaha mapan. Hal ini dapat tercapai jika usaha yang dijalankan wirausaha pemula dapat tumbuh dan berkembang.

Kenyataannya, wirausaha pemula tampak mengalami kesulitan untuk naik kelas menjadi wirausaha mapan. Hal ini tercermin dari jumlah wirausaha pemula di Indonesia yang jauh lebih besar dibanding jumlah wirausaha mapan. Menurut Databoks, jumlah wirausaha di Indonesia per Agustus 2023 sebanyak 56,5 juta orang. Dari jumlah tersebut, sekitar 52 juta orang tergolong sebagai wirausaha pemula, dan sekitar 4,5 juta orang tergolong wirausaha mapan. Jika wirausaha pemula ini dapat didorong untuk naik kelas, maka jumlah wirausahawan mapan pasti naik signifikan. Databoks mencatat, rasio wirausaha mapan dari total Angkatan kerja Indonesia sebesar 3,04 persen per Agustus 2023. Rasio ini masih sangat rendah jika dibandingkan dengan negara Asean lain seperti Singapura (8,76 persen), Malaysia (4,74 persen) dan Thailand (4,26 persen).

Menurut presiden Jokowi seperti dikutip Kompas.com, hampir semua negara maju memiliki entrepreneur (wirausaha) diatas 14 persen, sementara Indonesia masih 3,1 persen. Oleh karena itu, dibutuhkan percepatan agar jumlah wirausaha di Indonesia meningkat signifikan. Dalam upaya mendorong percepatan tersebut, maka pemerintah telah menetapkan target rasio wirausaha sebesar 4 persen pada tahun 2024 sebagaimana dikutip dari Detikfinance. Artinya, untuk mencapai target tersebut, setiap desa di Indonesia setidaknya memiliki rasio wirausaha sebesar 4 persen. Namun permasalahannya, masih banyak desa di Indonesia yang memiliki rasio kewirausahaan jauh dibawah target tersebut. Misalnya di desa Firdaus, Kecamatan Sei Rampah, Kabupaten Serdang Bedagai. Menurut hasil prasurvey dan diskusi dengan Kepala Desa Firdaus yang dilakukan oleh tim pengabdian, diketahui bahwa rasio wirausaha di desa tersebut sekitar 2,1 persen. Rendahnya rasio tersebut dilatarbelakangi oleh

rendahnya minat masyarakat untuk berwirausaha. Sebagian besar masyarakat berpandangan bahwa berwirausaha membutuhkan modal yang besar. Disamping itu, ada risiko yang bisa saja terjadi, seperti kerugian dan ketidakpastian akan pendapatan. Akhirnya, masyarakat, terutama generasi muda di desa Firdaus lebih memilih menjadi karyawan dan buruh di perusahaan.

Generasi muda memang memiliki minat yang rendah untuk menjadi wirausahawan (Mopangga, 2014; Susila et al., 2020). Mereka lebih tertarik menjadi Pegawai Negeri Sipil (PNS) atau karyawan perusahaan, karena profesi tersebut memiliki pendapatan yang lebih pasti (Kusnadi et al., 2022). Menjadi wirausaha memiliki risiko tersendiri, seperti ketidakpastian penghasilan, dan kerugian usaha. Risiko-risiko inilah yang ingin dihindari. Sehingga, untuk mendorong masyarakat agar mau berwirausaha memerlukan upaya, terutama dalam meningkatkan pemahaman mereka akan keuntungan menjadi seorang wirausaha. Meskipun mengandung risiko, wirausaha yang sukses bisa mendapatkan manfaat yang jauh lebih besar dibanding menjadi seorang karyawan.

Banyak faktor yang mempengaruhi munculnya minat untuk berwirausaha, baik faktor yang bersifat pendorong, maupun penghambat (Lestari & Djamilah, 2020). Menurut Aprilianty (2012), potensi kepribadian, pengetahuan kewirausahaan, dan lingkungan keluarga menjadi faktor yang berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Hutabarat (2017) menyatakan bahwa latar belakang keluarga ternyata sangat memberi pengaruh terhadap keinginan untuk menjadi wirausaha. Artinya, seseorang yang orang tuanya berlatarbelakang sebagai wirausaha berpotensi besar nantinya juga akan menjadi wirausaha. Dalam hal ini, aktivitas wirausaha mampu menumbuhkan minat wirausaha seseorang (Atmaja & Margunani, 2016). Namun, faktor yang tidak kalah penting adalah pendidikan kewirausahaan. Pendidikan kewirausahaan memiliki peran besar dalam menumbuhkan minat berwirausaha seseorang (Setiawan & Sukanti, 2016; Sintya, 2019; Syaifudin & Sagoro, 2017). Pendidikan kewirausahaan dapat diperoleh dari jalur formal dan informal seperti pelatihan, sosialisasi, seminar dan bentuk pendidikan informal lainnya.

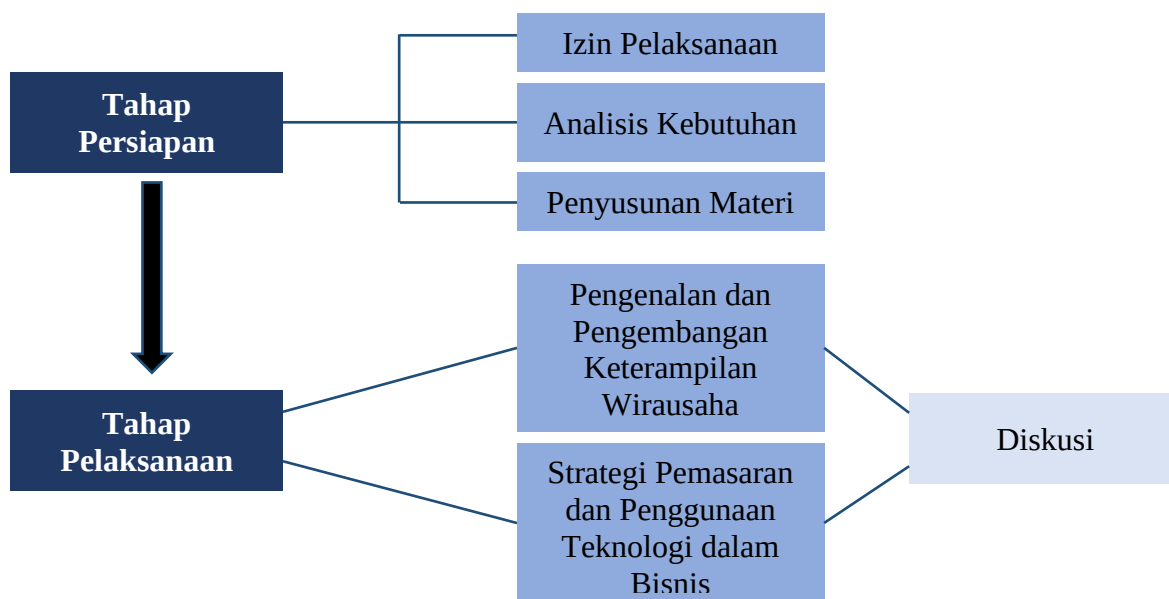
Terkait permasalahan rendahnya rasio wirausaha di desa Firdaus, tim pengabdian menilai perlu melakukan kegiatan pengabdian dalam bentuk sosialisasi kepada masyarakat di desa Firdaus. Kegiatan pengabdian diketahui dapat memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan pengetahuan dan wawasan peserta pengabdian (Collyn et al., 2023; Jayanti et al., 2023; Zalukhu et al., 2022). Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pendidikan kewirausahaan kepada masyarakat, sehingga minat untuk berwirausaha dapat tumbuh. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan dapat menambah wawasan bagi wirausaha pemula tentang kiat-kiat yang dapat membantu pengembangan usahanya.

2. METODE

Kegiatan pengabdian ini dilakukan kepada masyarakat di desa Firdaus, Kecamatan Sei Rampah, Kabupaten Serdang Bedagai. Kegiatan dikemas dalam bentuk sosialisasi dengan tema “Penguatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pendidikan Kewirausahaan”. Acara sosialisasi dilaksanakan pada tanggal 13 April 2024 di Aula Kantor Desa Firdaus. Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilatarbelakangi oleh temuan prasurvey tim pengabdian bahwa rasio wirausaha di desa Firdaus masih cukup rendah. Rendahnya rasio wirausaha ini mencerminkan rendahnya minat masyarakat desa Firdaus untuk berwirausaha. Atas permasalahan tersebut, tim pengabdian memutuskan melakukan kegiatan pengabdian sebagai solusi untuk meningkatkan minat berwirausaha masyarakat di desa tersebut. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini, yaitu ceramah dan diskusi interaktif. Dalam kegiatan ini, tim pengabdian juga berkolaborasi dengan mahasiswa STIE Bina Karya. Tahapan kegiatan pengabdian meliputi tahap persiapan dan tahap pelaksanaan.

Tahap persiapan pengabdian kepada masyarakat dimulai dengan identifikasi masalah dan kebutuhan masyarakat melalui survei dan dialog untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai permasalahan yang dihadapi. Langkah berikutnya adalah menetapkan tujuan dan sasaran program secara spesifik, yang kemudian diikuti dengan perencanaan rinci kegiatan, termasuk metode, strategi pelaksanaan, serta penyusunan jadwal dan tahapan kegiatan. Pembentukan tim pengabdian yang terdiri dari dosen, mahasiswa, dan pihak relevan lainnya menjadi krusial untuk pelaksanaan yang efektif. Pengumpulan dan alokasi sumber daya seperti dana dan peralatan dilakukan untuk memastikan kebutuhan program terpenuhi. Selain itu, pelatihan diberikan kepada anggota tim guna mempersiapkan mereka dalam menjalankan kegiatan yang direncanakan. Koordinasi dengan pemerintah desa dan pihak terkait lainnya dilakukan untuk memperoleh dukungan dan partisipasi mereka. Keberhasilan tahap persiapan sangat menentukan kelancaran kegiatan pada tahap pelaksanaan.

Tahap pelaksanaan dimulai dengan implementasi rencana kegiatan yang telah disusun pada tahap persiapan. Tim pengabdian, yang terdiri dari dosen, mahasiswa, dan mitra terkait, melaksanakan program sesuai dengan metode dan strategi yang telah direncanakan. Pelaksanaan ini melibatkan interaksi langsung dengan masyarakat sasaran, penyampaian materi atau layanan, serta penerapan solusi atas masalah yang telah diidentifikasi. Monitoring dan pengawasan dilakukan secara kontinu untuk memastikan kegiatan berjalan sesuai dengan jadwal dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

3. HASIL DAN DISKUSI

a. Pelaksanaan Pengabdian

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Desa Firdaus, Kecamatan Sei Rampah, Kabupaten Serdang Bedagai terlaksana dengan baik dan lancar sesuai dengan rencana dan tahapan yang telah ditentukan sebelumnya. Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada tanggal 13 April 2024, diikuti oleh 22 orang peserta. Tema yang diangkat dalam pengabdian ini adalah Penguatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pendidikan Kewirausahaan. Dalam kegiatan tersebut, terdapat dua materi penting yang disampaikan oleh dosen yang ahli dibidang tersebut. Materi yang pertama adalah pengenalan dan pengembangan keterampilan wirausaha, sedangkan materi yang kedua adalah strategi pemasaran dan penggunaan teknologi dalam bisnis. Peserta sangat antusias mengikuti seluruh proses sosialisasi. Dalam sesi diskusi interaktif, peserta mengajukan berbagai pertanyaan seputar materi yang telah paparkan. Tim pengabdian menanggapi seluruh pertanyaan peserta dengan jawaban-jawaban yang informatif dan implementatif.

b. Sosialisasi Pengenalan Dan Pengembangan Keterampilan Wirausaha

Pemateri mengawali pemaparannya dengan menegaskan bahwa pengenalan dan pengembangan keterampilan kewirausahaan merupakan fondasi penting dalam membangun ekosistem ekonomi yang berdaya saing dan berkelanjutan. Pemateri menjelaskan bahwa kewirausahaan merupakan proses menciptakan nilai melalui pengembangan dan pengelolaan usaha baru yang inovatif, serta kemampuan untuk mengambil risiko yang terukur dalam upaya meraih keuntungan. Karakteristik utama yang melekat pada seorang wirausaha antara lain inovasi, kreativitas, kemampuan mengambil risiko, kepemimpinan, serta orientasi pada kesempatan. Pemahaman tentang karakteristik ini akan membantu individu mengenali potensi dan kapasitas diri dalam mengembangkan usaha.

Pemateri dalam paparannya menyatakan bahwa pengembangan keterampilan kewirausahaan mencakup berbagai aspek yang esensial untuk kesuksesan bisnis. Salah satu keterampilan dasar adalah manajemen waktu, yang berfokus pada pengelolaan waktu secara efektif untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi kerja. Kemampuan pengambilan keputusan juga menjadi keterampilan penting yang harus dimiliki oleh wirausaha, karena keputusan yang tepat dapat meminimalkan risiko dan memaksimalkan peluang.

Pemateri mengingatkan bahwa inovasi dan kreativitas adalah elemen kunci dalam kewirausahaan yang memungkinkan wirausaha untuk terus menciptakan produk atau layanan baru yang memiliki nilai tambah. Keterampilan ini melibatkan proses berpikir kreatif dan penerapan ide-ide inovatif dalam praktik bisnis. Studi kasus wirausaha sukses dapat digunakan sebagai alat pembelajaran untuk memberikan inspirasi dan wawasan praktis mengenai bagaimana inovasi dan kreativitas diterapkan dalam konteks nyata.

Selain keterampilan teknis, pengembangan keterampilan interpersonal seperti komunikasi efektif, negosiasi, dan kepemimpinan juga sangat penting. Keterampilan ini membantu wirausaha dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, mitra bisnis, dan karyawan, serta dalam memimpin tim untuk mencapai tujuan bersama. Pemateri menutup paparannya dengan menyimpulkan bahwa pengenalan dan pengembangan keterampilan kewirausahaan bertujuan untuk membekali individu dengan pengetahuan dan kemampuan yang komprehensif, sehingga mereka siap untuk memulai dan mengelola usaha dengan efektif dan beretika, serta mampu beradaptasi dengan dinamika pasar dan perubahan lingkungan bisnis.



Gambar 2. Foto Bersama Tim Pengabdian dan Beberapa Peserta Sosialisasi

c. Sosialisasi Strategi Pemasaran Dan Penggunaan Teknologi Dalam Bisnis

Strategi pemasaran dan penggunaan teknologi dalam bisnis merupakan komponen esensial yang dapat menentukan keberhasilan suatu usaha dalam menghadapi dinamika pasar di era digital saat ini. Strategi pemasaran bertujuan untuk mengidentifikasi, menarik, dan mempertahankan pelanggan melalui berbagai metode dan teknik yang dirancang secara efektif. Pemateri mengemukakan, jika wirausaha ingin naik kelas, maka wirausaha harus fokus pada penyusunan strategi pemasaran dan penggunaan teknologi. Segmentasi pasar harus diperhatikan. Segmentasi pasar menjadi langkah awal yang penting, di mana pasar yang luas dibagi menjadi kelompok-kelompok konsumen yang lebih kecil berdasarkan karakteristik atau kebutuhan yang serupa. Dengan segmentasi yang tepat, bisnis dapat mengidentifikasi target pasar yang paling potensial dan merancang strategi pemasaran yang lebih spesifik dan efisien.

Pemateri menegaskan bahwa *positioning dan differentiation* ikut memainkan peran krusial dalam strategi pemasaran. *Positioning* adalah proses menempatkan produk atau layanan di benak konsumen dengan citra yang unik dan berbeda dari pesaing. Sementara itu, *differentiation* atau diferensiasi adalah strategi untuk menciptakan perbedaan yang signifikan dalam produk atau layanan yang ditawarkan, sehingga konsumen memiliki alasan kuat untuk memilih produk tersebut dibandingkan kompetitor. Strategi ini melibatkan inovasi produk, layanan pelanggan yang unggul, dan branding yang kuat, sehingga menciptakan nilai tambah bagi konsumen.

Dalam paparannya, pemateri mengemukakan bahwa pemasaran digital menjadi teknik pemasaran yang paling menjanjikan potensi saat ini. Pemasaran digital mencakup berbagai aktivitas pemasaran yang dilakukan melalui *platform* digital, termasuk media sosial, email,

mesin pencari, dan website. Teknik pemasaran digital yang efektif meliputi *Search Engine Optimization* (SEO) untuk mengoptimalkan konten website agar mudah ditemukan di mesin pencari, *content marketing* untuk menarik dan melibatkan audiens melalui konten bernilai, *social media marketing* untuk berinteraksi dengan pelanggan dan mempromosikan produk, serta email marketing untuk membangun hubungan dan mendorong penjualan. Penggunaan teknologi dalam pemasaran digital memungkinkan bisnis untuk mencapai audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional.

Penggunaan teknologi dalam bisnis juga melibatkan penerapan e-commerce, yang memungkinkan transaksi bisnis dilakukan secara online melalui platform internet. E-commerce memudahkan bisnis untuk menjangkau pasar global, mengurangi biaya operasional, dan menyediakan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan pembelian. Selain itu, teknologi *Customer Relationship Management* (CRM) digunakan untuk mengelola interaksi dan hubungan dengan pelanggan. CRM membantu bisnis dalam mengumpulkan, menyimpan, dan menganalisis data pelanggan untuk meningkatkan layanan, mengidentifikasi peluang penjualan, dan meningkatkan retensi pelanggan.

Pemateri menilai, dengan mengintegrasikan strategi pemasaran yang efektif dan teknologi canggih dalam operasional bisnis, wirausaha dapat meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Teknologi tidak hanya mempermudah proses bisnis tetapi juga membuka peluang untuk inovasi yang dapat menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan bisnis itu sendiri. Integrasi antara strategi pemasaran dan teknologi menjadi kunci keberhasilan dalam membangun dan mengembangkan bisnis di era digital.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) berupa sosialisasi kepada masyarakat di desa Firdaus, Kecamatan Sei Rampah, Kabupaten Serdang Bedagai terlaksana dengan baik dan lancar, sesuai dengan rencana dan tahapan yang telah ditentukan sebelumnya. Kegiatan ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan pengetahuan peserta pengabdian tentang keterampilan kewirausahaan yang harus dikuasai oleh seorang wirausaha, serta pentingnya peranan strategi pemasaran dan penggunaan teknologi dalam keberhasilan suatu usaha. Beberapa peserta kegiatan pengabdian mengaku tertarik untuk berwirausaha setelah mengikuti kegiatan pengabdian tersebut. Hal ini mencerminkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan berkontribusi positif kepada masyarakat di desa Firdaus. Untuk pengabdian selanjutnya, pengabdian menyarankan dilakukannya sosialisasi tentang manajemen keuangan dan akses pembiayaan untuk wirausaha di desa Firdaus, sehingga

wirusaha memahami pentingnya manajemen keuangan yang baik dan cara mengakses sumber pembiayaan untuk pengembangan usaha.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terimakasih kepada LPPM STIE Bina Karya yang telah mendukung kegiatan pengabdian ini, serta terimakasih kepada mitra dan semua pihak yang terlibat, sehingga kegiatan pengabdian ini terlaksana dengan baik dan lancar.

DAFTAR REFERENSI

- Zalukhu, R. S., Sinurat, Y. M., Collyn, D., Purba, A., Arseto, D., & Sagala, Y. M. (2022). Sosialisasi Manajemen Pola Tanam dan Pengelolaan Keuangan Bagi Petani Milenial Binaan HKTI Kota Tebing Tinggi. *Jurnal Abdimas Patikala*, 2(1), 508–517. <https://etdci.org/journal/patikala/>
- Syaifudin, A., & Sagoro, E. M. (2017). Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Profita*, 8, 1–18.
- Susila, L. N., Haryanti, S. S., & Saryanti, E. (2020). Pelatihan bisnis online guna membangun jiwa wirusaha generasi muda. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 29–32. stie-aub.ac.id/index.php/wasana_nyata
- Sintya, N. M. (2019). Pengaruh motivasi, efikasi diri, ekspektasi pendapatan, lingkungan keluarga, dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa jurusan akuntansi di Universitas Mahasaraswati Denpasar. *Jurnal Sains, Akuntansi dan Manajemen*, 1(1), 337–380.
- Setiawan, D., & Sukanti. (2016). Pengaruh ekspektasi pendapatan, lingkungan keluarga dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Profita*, 7, 1–12.
- Perpres Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional Tahun 2021-2024.
- Nasional.kompas.com. (2018). Jumlah entrepreneur di Indonesia jauh di bawah negara maju, ini kata Jokowi [Online] Available at: <https://nasional.kompas.com/read/2018/04/05/17261391/jumlah-entrepreneur-di-indonesia-jauh-di-bawah-negara-maju-ini-kata-jokowi> [Diakses 14 April 2024].
- Mopangga, H. (2014). Faktor determinan minat wirusaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo. *Trikonomika*, 13(1), 78–90.
- Lestari, N. A. A. U., & Djamilah, S. (2020). Solusi peningkatan minat wirusaha dan pengurangan hambatan minat wirusaha mahasiswa. *PRAGMATIS*, 1(1), 1–6.
- Kusnadi, E. W., Nugroho, L., & Utami, W. (2022). Kajian dinamika dan tantangan jiwa kewirausahaan pada generasi muda. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(4), 1645–1656.

- Jayanti, S. E., Zalukhu, R. S., Damanik, S. W. H., Hutaaruk, R. P. S., Collyn, D., Sinaga, M., Sinurat, Y. M., Sagala, Y. M., & Damanik, A. Z. (2023). Sosialisasi penentuan harga jual produk dalam rangka optimalisasi laba pada UMKM di Kelurahan Kebun Sayur. *Jurnal Pelayanan Hubungan Masyarakat*, 1(2), 200–211.
- Hutabarat, Z. (2017). Minat mahasiswa untuk menjadi wirausahawan. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen (Jurakunman)*, II(7), 22–28.
- Finance.detik.com. (2023). Jumlah pengusaha masih sedikit, RI masih bisa jadi negara maju? [Online] Available at: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7042368/jumlah-pengusaha-masih-sedikit-ri-masih-bisa-jadi-negara-maju> [Diakses 14 April 2024].
- Databoks.katadata.co.id. (2023). Berapa banyak pelaku wirausaha di Indonesia? [Online] Available at: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/12/15/berapa-banyak-pelaku-wirausaha-di-indonesia> [Diakses 14 April 2024].
- Collyn, D., Zalukhu, R. S., Hutaaruk, R. P. S., Sinurat, Y. M., Sinaga, M., & Purba, A. (2023). Sosialisasi pentingnya pengetahuan dasar akuntansi dalam pengembangan UMKM di Desa Kerapuh. *Madaniya*, 4(1), 316–322.
- Atmaja, A. T., & Margunani. (2016). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan aktivitas wirausaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Negeri Semarang. *Economic Education Analysis Journal*, 5(3), 774–787. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>
- Aprilianty, E. (2012). Pengaruh kepribadian wirausaha, pengetahuan kewirausahaan, dan lingkungan terhadap minat berwirausaha siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 2(3), 311–324.