

Wirausaha Muda Mandiri sebagai Penggerak Ekonomi Bangsa

Independent Young Entrepreneurs as Drivers of the Nation's Economy

Revanza Syach^{1*}, Sindroi Anuegrah Ndraha², Bagas Wahyu Dewanta³, Ari Anggarani Winadi Prasetyoning Tyas⁴

¹⁻⁴ Universitas Esa Unggul Jakarta, Indonesia

Email: revanzasyachh@student.esaunggul.ac.id^{1*}, sindroianugerahndraha@student.esaunggul.ac.id², bagasdewanta@student.esaunggul.ac.id³, ari.anggarani@esaunggul.ac.id⁴

Alamat : Jl. Arjuna Utara Tol Tomang Kebon Jeruk, Jakarta 11510

*Penulis Korespondensi

Artikel Histori:

Naskah Masuk: 06 September, 2025;

Revisi: 10 September, 2025;

Diterima: 20 September, 2025;

Terbit: 23 September, 2025.

Keywords: Community, Service, Entrepreneurship, Create, Independent

Abstract. This community service program, focusing on Entrepreneurship Education, is designed to foster a new generation of independent, science- and technology-based entrepreneurs. The theme was chosen based on the current social reality, where the high number of workers is not commensurate with the availability of jobs, thus triggering rising unemployment rates. The program's partner, SMK Negeri 2 Jakarta, faces major challenges in the form of limited extracurricular activities that can support the development of students' entrepreneurial spirit, as well as students' limited knowledge and skills in understanding the business world comprehensively. This condition results in a low number of graduates choosing entrepreneurship as a career path. Therefore, the goal of this program is to improve entrepreneurial competency among students, with the specific goal of forming a community of independent students with the practical skills to manage their own businesses. Activities include seminars, training, and intensive entrepreneurial mentoring with SMK Negeri 2 Jakarta as a partner. The program was attended by 110 students and 15 teachers and educational staff. To assess the success of the program, an evaluation was conducted through the distribution of questionnaires to measure participants' level of understanding and by comparing business results before and after the program was implemented. The final results showed a significant increase in students' understanding and entrepreneurial skills, which was reflected in the increase in sales of entrepreneurial products and services in the partner school environment.

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat dengan fokus pada Pendidikan Kewirausahaan ini dirancang sebagai upaya mencetak generasi wirausaha baru yang mandiri serta berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi. Pemilihan tema tersebut berangkat dari realitas sosial saat ini, di mana tingginya jumlah angkatan kerja tidak sebanding dengan ketersediaan lapangan pekerjaan, sehingga memicu meningkatnya angka pengangguran. Mitra kegiatan, yaitu SMK Negeri 2 Jakarta, menghadapi permasalahan utama berupa keterbatasan aktivitas di luar kurikulum yang mampu mendukung pembentukan jiwa kewirausahaan siswa, serta rendahnya pengetahuan dan keterampilan peserta didik dalam memahami dunia usaha secara menyeluruh. Kondisi ini berdampak pada minimnya lulusan yang memilih jalur wirausaha sebagai pilihan karier. Oleh karena itu, tujuan program ini adalah meningkatkan kompetensi kewirausahaan di kalangan siswa, dengan sasaran khusus terbentuknya komunitas pelajar yang mandiri dan memiliki kemampuan praktis untuk mengelola usaha sendiri. Bentuk kegiatan meliputi seminar, pelatihan, serta pendampingan kewirausahaan secara intensif dengan melibatkan SMK Negeri 2 Jakarta sebagai mitra. Program ini diikuti oleh 110 siswa serta 15 guru dan tenaga kependidikan. Untuk menilai keberhasilan pelaksanaan, dilakukan evaluasi melalui penyebaran kuesioner guna mengukur tingkat pemahaman peserta, serta dengan membandingkan hasil usaha sebelum dan sesudah program dijalankan. Hasil akhir menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman dan keterampilan wirausaha siswa, yang tercermin dari bertambahnya penjualan produk maupun jasa kewirausahaan di lingkungan sekolah mitra.

Kata Kunci: Komunitas, Layanan, Wirausaha, Cipta, Mandiri

1. PENDAHULUAN

Menentukan arah karier setelah menyelesaikan pendidikan formal merupakan proses penting yang membutuhkan persiapan matang, sebab pilihan tersebut akan berpengaruh besar terhadap kehidupan seseorang di masa depan. Masyarakat Indonesia pada umumnya masih memiliki pola pikir tradisional dengan menempatkan pekerjaan di sektor formal, seperti pegawai negeri atau karyawan perusahaan, sebagai jalan utama menuju kesuksesan. Akibatnya, sektor informal yang sebenarnya memiliki potensi besar untuk dikembangkan sering kali diabaikan. Cara pandang yang kaku ini menimbulkan konsekuensi sosial serius, salah satunya meningkatnya angka pengangguran di kalangan usia produktif karena lapangan pekerjaan formal tidak sebanding dengan jumlah lulusan yang dihasilkan setiap tahunnya. Untuk menjawab persoalan tersebut, dibutuhkan pembaruan pola pikir dengan mendorong lahirnya lapangan kerja mandiri melalui kewirausahaan, sehingga individu tidak hanya bergantung pada pekerjaan yang disediakan orang lain. Meski demikian, membangun usaha sendiri bukanlah hal mudah karena masih ada stigma negatif di masyarakat. Seorang wirausahawan pemula kerap dianggap belum memiliki prestise yang tinggi, sehingga menghadapi berbagai hambatan, mulai dari kesulitan dalam membangun kepercayaan konsumen, menghadapi kerumitan birokrasi perizinan, hingga tantangan memperoleh akses permodalan yang memadai. Oleh karena itu, selain perubahan cara pandang masyarakat, dukungan nyata dari berbagai pihak juga menjadi kunci agar kewirausahaan dapat berkembang dan menjadi solusi strategis dalam mengurangi pengangguran.

Realitas sosial yang berkembang saat ini turut memengaruhi keberadaan mitra, yaitu SMKN 2 Jakarta, sebuah sekolah kejuruan yang menitikberatkan sekitar 70% kurikulumnya pada kegiatan praktik serta penguatan keterampilan siswa. Lembaga pendidikan ini memiliki misi utama mencetak lulusan yang siap terjun ke dunia kerja, baik dengan menjadi tenaga profesional di perusahaan maupun membangun usaha secara mandiri. Namun, dalam praktiknya, minat siswa untuk berkarier sebagai wirausahawan masih jauh lebih rendah dibandingkan dengan keinginan mereka bekerja pada orang lain. Hal ini menunjukkan perlunya strategi khusus untuk menggeser cara pandang peserta didik, salah satunya melalui kegiatan brainstorming dan pembinaan yang mampu menumbuhkan motivasi serta minat dalam berwirausaha. Meskipun kurikulum sekolah sudah menyediakan bekal pengetahuan dan keterampilan dasar yang memungkinkan siswa membuka usaha setelah lulus, sebagian besar peserta didik masih menghadapi keterbatasan berupa kurangnya rasa percaya diri, keberanian mengambil risiko, serta pemahaman mendalam mengenai proses membangun usaha. Selama ini, pembelajaran di sekolah lebih banyak berfokus pada bidang teknis semata, belum

menyentuh pembentukan karakter kewirausahaan maupun wawasan tentang manajemen usaha secara menyeluruh. Oleh karena itu, dukungan berupa pelatihan tambahan dan pendampingan intensif sangat dibutuhkan agar siswa mampu memahami dinamika dunia wirausaha, belajar mengelola risiko, mengasah kreativitas, serta memiliki mental yang tangguh untuk menciptakan peluang kerja baru di masa depan.

Apabila pada program pengabdian sebelumnya mitra telah memperoleh pembekalan berupa pelatihan penguatan mental dan pembentukan karakter generasi muda untuk menghadapi tantangan era revolusi industri 4.0, maka kegiatan pengabdian kali ini difokuskan secara lebih spesifik pada pengembangan mental kewirausahaan peserta didik di lingkungan mitra. Upaya menanamkan semangat berwirausaha di kalangan generasi muda menjadi sangat penting, terutama karena tingginya jumlah pengangguran serta meningkatnya persaingan pencari kerja yang tidak sebanding dengan ketersediaan lapangan kerja. Selain itu, langkah ini sejalan dengan program pemerintah yang menargetkan terciptanya seribu peluang kerja baru bagi tenaga kerja usia produktif (Franita, 2016), sehingga menumbuhkan wirausahawan muda merupakan bagian dari kontribusi nyata dalam mendukung kebijakan tersebut. Melalui program ini, diharapkan tujuan pendidikan mitra dapat tercapai, yaitu menghasilkan lulusan yang tidak hanya terampil secara teknis, tetapi juga memiliki kemandirian, keberanian, serta jiwa kewirausahaan yang kuat untuk menciptakan usaha sendiri dan membuka lapangan kerja bagi orang lain.

Program pengabdian masyarakat ini disusun secara khusus dengan tujuan membentuk mental kewirausahaan sekaligus mengasah kemampuan praktis dalam berbagai aspek usaha, mulai dari pengelolaan modal, penggalian ide-ide inovatif, strategi pemasaran, manajemen risiko, hingga pemahaman mengenai administrasi hukum yang menjadi fondasi penting bagi keberlangsungan suatu bisnis. Dalam konteks saat ini, kewirausahaan semakin dipandang sebagai tren positif sekaligus alternatif menjanjikan di tengah persaingan dunia kerja yang semakin ketat (Nurhayani et al., 2021). Menjadi seorang wirausahawan memberikan nilai tambah yang signifikan, sebab individu yang berani membuka usaha telah membuktikan dirinya mampu menjadi pemimpin bagi diri sendiri tanpa harus terikat oleh aturan kaku atau perintah atasan yang terkadang membatasi ruang gerak. Lebih jauh, wirausaha juga mencerminkan kapasitas kreatif dan inovatif seseorang, di mana ia tidak hanya menciptakan peluang usaha baru, tetapi juga berkontribusi dalam menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Dengan demikian, aktivitas kewirausahaan tidak hanya bermanfaat bagi pelaku usaha dalam memperoleh penghasilan, tetapi juga memberikan dampak sosial yang luas melalui penciptaan peluang ekonomi baru dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. (Etika

Sabariah, 2021).

Pada era sekarang, perkembangan dunia kerja dan jenis-jenis profesi semakin beragam, salah satu yang menonjol adalah bidang kewirausahaan (Widnyana et al., 2019). Fenomena ini ditandai dengan maraknya individu yang mengklaim dirinya sebagai pengusaha hanya dengan berjualan melalui platform media sosial, sehingga muncul beragam sebutan mulai dari wirausahawan, pedagang, penjual, hingga istilah “tukang jualan” yang sesungguhnya hanya berbeda pada penyebutan semata, bukan pada esensinya. Hakikat kewirausahaan sendiri dapat dipahami sebagai suatu proses di mana seseorang berupaya memanfaatkan peluang dengan cara inovatif tanpa semata bergantung pada sumber daya yang telah dimiliki, demi menghasilkan barang maupun jasa yang bermanfaat bagi masa depan (Hutabarat, 2017). Seorang wirausaha sejati bukan hanya sekadar menjual produk, melainkan memiliki tekad dan intensi kuat untuk menciptakan sesuatu yang baru, menambahkan nilai lebih pada barang atau jasa, serta memperhatikan keseluruhan proses pendukungnya. Dengan demikian, kewirausahaan mencerminkan kombinasi antara kreativitas, keberanian mengambil risiko, dan kemampuan membaca peluang sehingga mampu menghadirkan inovasi yang tidak hanya berdampak pada produk akhir, tetapi juga pada sistem, mekanisme, dan nilai yang menyertainya. (B.R Baringer & Ireland, 2016)

Kontribusi kewirausahaan terhadap pertumbuhan dan pembangunan ekonomi suatu negara tidak dapat diragukan, karena keberadaan wirausahawan menjadi salah satu indikator penting bagi kemajuan bangsa. Menurut standar yang ditetapkan Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), suatu negara idealnya memiliki sedikitnya 2% wirausahawan dari total jumlah penduduk agar mampu berkembang secara optimal (Perdagangan, 2020). Wirausahawan yang dimaksud bukan sekadar pelaku usaha biasa, melainkan individu yang memenuhi kriteria tertentu, seperti memiliki keahlian profesional, jiwa entrepreneur yang kuat, motivasi berprestasi tinggi sebagaimana ditegaskan oleh McClelland, kemampuan berinovasi sebagaimana ditegaskan Drucker, serta kecakapan dalam membangun jaringan dan aliansi (Setiono, 2020). Salah satu elemen terpenting dalam praktik kewirausahaan adalah kreativitas, sebab dari sanalah lahir berbagai gagasan bisnis baru yang sering kali muncul dari forum formal maupun obrolan informal. Menariknya, ide-ide inovatif justru banyak tercetus di tengah tekanan atau krisis, karena situasi sulit sering kali memacu masyarakat untuk mencari solusi kreatif demi bertahan. Pandangan ini sejalan dengan pernyataan David Fagin (Crouch, 2002) yang menegaskan bahwa sebagian besar tantangan dapat diatasi melalui kreativitas, karena tanpa kreativitas sebuah masalah jarang berubah menjadi peluang. Dengan mempertimbangkan hal tersebut, pelaksanaan program pengabdian masyarakat menjadi sangat relevan untuk

dilakukan di sekolah mitra, yaitu sekolah kejuruan yang memiliki tanggung jawab besar dalam melahirkan lulusan dengan keterampilan praktis sekaligus kesiapan mental untuk menghadapi dunia kerja maupun dunia usaha.

2. KAJIAN TEORI

Kajian teori mengenai kewirausahaan berfokus pada pemahaman dasar, peran, serta manfaatnya dalam pembangunan ekonomi. Kewirausahaan didefinisikan sebagai proses kreatif dan inovatif dalam menciptakan nilai tambah melalui pengelolaan peluang dengan berani mengambil risiko (Hutabarat, 2017). Menurut Baringer & Ireland (2016), seorang wirausahawan tidak hanya berfungsi sebagai penjual produk atau jasa, melainkan sebagai agen perubahan yang mampu menciptakan inovasi, membuka lapangan kerja, dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Wirausaha juga dipandang sebagai salah satu indikator penting dalam kemajuan suatu negara, di mana Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) menyebutkan bahwa sebuah negara idealnya memiliki setidaknya 2% wirausahawan dari total populasi untuk mendukung perkembangan ekonomi (Kementerian Perdagangan, 2020).

Lebih lanjut, teori McClelland menekankan pentingnya motivasi berprestasi, sementara Drucker menyoroti inovasi sebagai inti dari kewirausahaan. Dalam konteks pendidikan, kewirausahaan perlu ditanamkan sejak dini, khususnya pada kalangan pelajar, agar mereka memiliki keterampilan teknis, mental tangguh, serta keberanian dalam menciptakan usaha mandiri (Nurhayani et al., 2021). Selain memberi dampak personal berupa kemandirian finansial dan aktualisasi diri, kewirausahaan juga berkontribusi pada masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja, pengurangan pengangguran, serta pemberdayaan ekonomi lokal (Basrowi, 2011). Dengan demikian, kajian teori ini menegaskan bahwa kewirausahaan bukan sekadar aktivitas bisnis, melainkan strategi pembangunan ekonomi dan sosial yang relevan dengan tantangan era modern.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam implementasi program pengabdian ini, mitra berharap adanya pelatihan serta pendampingan dengan tema yang disesuaikan secara langsung dengan kebutuhan usaha mereka. Pada bidang kewirausahaan, mitra telah mengembangkan beragam produk, dengan unggulan berupa minuman herbal kemasan kunyit asam, disertai produk lain seperti pelembut pakaian, pewangi, cairan pencuci piring, serta jasa keterampilan dan layanan, antara lain jahit, katering, kuliner, hingga penyediaan paket hantaran pernikahan. Namun, dalam pengelolaan usaha, mitra masih menghadapi berbagai kendala mendasar, terutama pada aspek produksi dan

pemasaran. Dari sisi produksi, keterbatasan peralatan mengakibatkan jumlah barang yang dihasilkan sangat terbatas dan hanya dibuat sesuai pesanan tanpa adanya stok, sehingga biaya produksi cenderung tinggi dan keuntungan yang diperoleh belum optimal. Di sisi lain, dari aspek pemasaran, produk herbal mitra belum dapat dipasarkan secara luas karena belum memiliki sertifikat hasil uji laboratorium yang menetapkan masa kedaluwarsa, sehingga membatasi peluang untuk masuk ke pasar lebih besar dan menimbulkan keraguan dari calon konsumen maupun mitra kerja dalam menerima produk dalam jumlah besar. Kondisi ini menyebabkan usaha mitra masih berjalan dalam skala kecil dengan jangkauan pasar yang sempit, sehingga pendampingan dalam bentuk peningkatan kapasitas produksi, perolehan legalitas produk, dan strategi promosi menjadi sangat penting untuk mendukung keberlanjutan serta pengembangan usaha yang lebih kompetitif.

Sosialisasi diikuti oleh 110 peserta, yang meliputi 95 siswa – siswi kelas X – XII, dan 15 orang guru pendamping. Tema yang akan disampaikan adalah sebagai berikut: a). *Branding Product & Rekayasa Pemasaran Melalui Media Online*, b). *Manajemen Resiko Wirausaha Mandiri*, c). *Berdaya Dan Berkarya Dengan Wirausaha (From Zero to Hero)*

Teknis pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan secara luring dengan jadwal sebagai berikut:

Tahap 1: Pra Kegiatan (Inventarisir Masalah)

Tabel 1. Jadwal Pra Kegiatan.

Inventarisir Masalah Kewirausahaan dan Pendampingan Guru dan Tenaga Pendidik		
Waktu	Materi	PIC
08.00 – 09.00	Peer Group Penyusunan DIM	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tim Pengabdian ▪ Guru dan Tendik
09.00 – 11.00	Problem Solving	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Team Pengabdian

Tahap 2: Kegiatan Sosialisasi Materi Kewirausahaan dan Pendampingan (Monitoring dan Evaluasi Kegiatan)

Kegiatan Sosialisasi Kewirausahaan dan Aspek Hukumnya

Kegiatan sosialisasi dilakukan dengan mengelompokan menjadi 3 kelas dengan rangkaian acara sebagai berikut:

Tabel 2. Jadwal Kegiatan Sosialisasi.

KELAS A	
Waktu	Materi
08.00 – 08.45	Berdaya Dan Berkarya Dengan Wirausaha (<i>From Zero To Hero</i>)
08.45 – 09.30	Manajemen Resiko Wirausaha Mandiri
09.30 – 10.15	<i>Branding Product & Rekayasa Pemasaran Melalui Media Online</i> Management Usaha dan Sumber Daya
10.15 – 11.00	Prosedur Hukum Kelayakan Usaha (Merk, BPOM, Hak Cipta)
11.00 – 11.45	Quality Control & Perlindungan Konsumen pasca produksi
KELAS B	
Waktu	Materi
08.00 – 08.45	<i>Quality Control & Perlindungan Konsumen pasca produksi</i>
08.45 – 09.30	Prosedur Hukum Kelayakan Usaha (Merk, BPOM, Hak Cipta)
09.30 – 10.15	Berdaya Dan Berkarya Dengan Wirausaha (<i>From Zero To Hero</i>)
10.15 – 11.00	Manajemen Resiko Wirausaha Mandiri
11.00 – 11.45	<i>Branding Product & Rekayasa Pemasaran Melalui Media Online</i> Management Usaha dan Sumber Daya
KELAS C	
Waktu	Materi
08.00 – 08.45	Management Usaha dan Sumber Daya
08.45 – 09.30	<i>Quality Control & Perlindungan Konsumen pasca produksi</i>
09.30 – 10.15	Prosedur Hukum Kelayakan Usaha (Merk, BPOM, Hak Cipta)
10.15 – 11.00	Berdaya Dan Berkarya Dengan Wirausaha (<i>From Zero To Hero</i>) Management Resiko Wirausaha Mandiri
11.00 – 11.45	<i>Branding Product & Rekayasa Pemasaran Melalui Media Online</i>

Hasil Kegiatan Sosialisasi Kewirausahaan dan Aspek Hukumnya

Hasil yang dicapai dari kegiatan ini berdasarkan observasi dan questioner yang disebarakan kepada peserta menunjukkan:

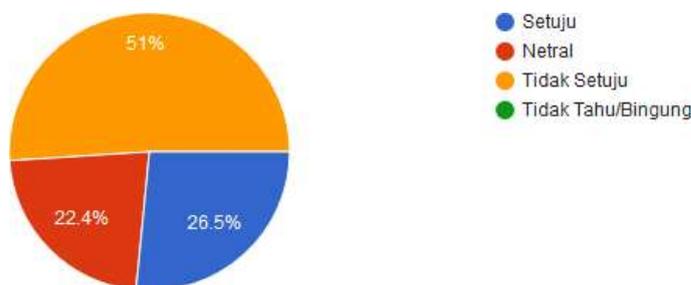


Diagram 1. Independent: Banting setir saat gagal usaha.

Diagram 2. Honesty: Harga jual dinaikkan saat untung besar.

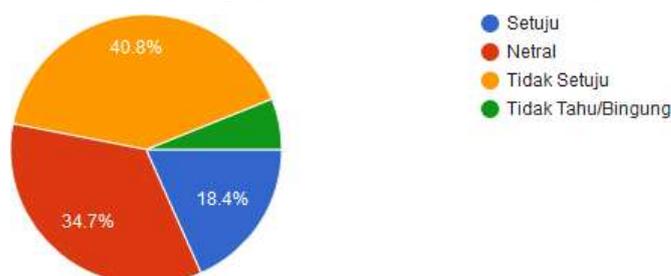


Diagram pertama menggambarkan sebuah studi kasus mengenai nilai kemandirian, yang menekankan kemampuan seorang wirausahawan muda dalam mengambil keputusan penting ketika usahanya mengalami kerugian dan ia harus segera mengalihkan fokus ke bidang usaha lain. Dalam kasus ini, lebih dari setengah responden (51%) menyatakan tidak setuju, yang menunjukkan bahwa banyak dari mereka belum sepenuhnya siap menghadapi perubahan drastis dalam dunia bisnis. Sementara itu, sebagian responden memilih untuk bersikap netral (22,4%) dan sisanya setuju (26,5%), yang mengindikasikan adanya keragaman pandangan mengenai pentingnya sikap mandiri dalam menghadapi risiko. Pada sisi lain, diagram kedua menyoroti nilai kejujuran, yaitu ketika siswa dihadapkan pada situasi keberuntungan bisnis, misalnya harga jual produk dapat dinaikkan setinggi mungkin karena tingginya permintaan pasar. Hasil menunjukkan bahwa 40,8% responden tidak setuju dengan praktik semacam ini, mengisyaratkan bahwa sebagian besar masih menjunjung nilai moral dalam berbisnis. Namun, terdapat pula 34,7% responden yang memilih netral, menandakan adanya sikap ragu-ragu antara mengikuti keuntungan maksimal atau tetap menjunjung kejujuran. Hanya 18% responden yang menyatakan setuju, yang berarti jumlahnya relatif kecil dibandingkan kelompok lainnya. Dari dua

temuan ini, dapat disimpulkan bahwa meskipun sebagian besar siswa memiliki kesadaran etis dan cenderung menolak tindakan yang kurang jujur maupun kurang mandiri, namun masih ada keraguan dalam pengambilan keputusan yang menunjukkan bahwa pembentukan karakter kewirausahaan perlu terus dikuatkan melalui pembelajaran maupun pengalaman praktis.

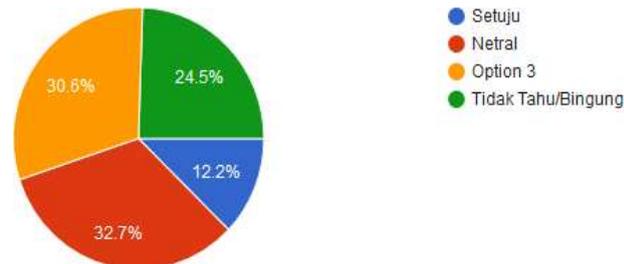


Diagram 3. Responsibility: Andil dalam Pengabdian.

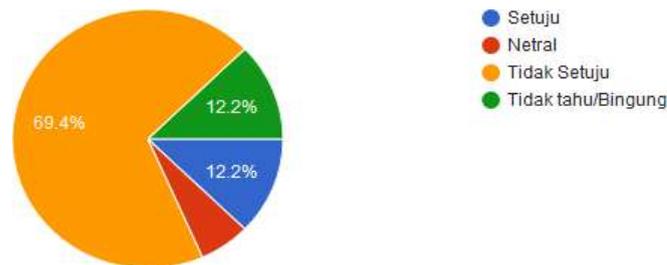


Diagram 4. Strategic Risk: Monitoring dan Evaluasi Kinerja Usaha.

Salah satu kewajiban mendasar yang seharusnya dimiliki oleh setiap pelaku usaha adalah sikap tanggung jawab (Watusseke, 2019). Tanggung jawab ini umumnya dianggap mutlak apabila berkaitan dengan pengelolaan usaha pribadi, sebab setiap pebisnis tentu memiliki kewajiban untuk menjaga, mengembangkan, serta mempertahankan usahanya. Namun, persoalan menjadi berbeda ketika seorang pebisnis muda yang telah sukses diminta pemerintah untuk berbagi pengalaman, memberikan tips, atau mendukung pengembangan komunitas usaha generasi muda lainnya. Dalam kasus ini, sikap yang muncul justru berupa penolakan dengan alasan bahwa kegiatan tersebut dianggap membuang waktu dan tidak memberikan keuntungan finansial secara langsung bagi bisnis yang dijalankan. Berdasarkan hasil survei, tercatat 32,7% responden memilih bersikap netral, 30,6% menyatakan tidak setuju, dan 24% merasa bingung atau ragu sehingga tidak dapat menentukan pilihan yang jelas. Sementara itu, 24,5% responden memberikan jawaban tegas dengan menyatakan tidak setuju, dan hanya 12% yang menyatakan setuju terhadap sikap penolakan tersebut. Data ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar responden memiliki kesadaran tentang pentingnya tanggung jawab sosial seorang wirausahawan, masih ada keraguan serta perbedaan

persepsi terkait bagaimana bentuk implementasi tanggung jawab tersebut di luar kepentingan pribadi, khususnya dalam konteks kontribusi terhadap pengembangan komunitas bisnis yang lebih luas.

Di antara lima nilai utama dalam berwirausaha, terdapat sejumlah strategi yang wajib dipahami dan dimiliki oleh seorang perintis usaha baru, salah satunya adalah strategi *strategic risk* (Dewi, 2017). Konsep ini merujuk pada teknik yang menekankan pentingnya kemampuan menghadapi berbagai persoalan bisnis, seperti ketepatan dalam mengambil keputusan, keberanian dalam menyikapi kegagalan, kesiapan menghadapi kondisi tanpa adanya standar operasional prosedur, serta penerapan sistem monitoring, evaluasi, dan audit usaha. Dengan kata lain, *strategic risk* bukan sekadar tentang mengantisipasi kemungkinan kerugian, melainkan juga menyangkut keterampilan untuk menyiapkan langkah strategis dalam mengelola ketidakpastian. Penerapan teknologi tepat guna pada masyarakat, sebagaimana disampaikan oleh Catur Harsito (2021), juga terbukti mampu meningkatkan produktivitas sehingga memperkuat efektivitas strategi ini. Diagram 4 kemudian menggambarkan sebuah studi kasus, yaitu ketika seorang pebisnis muda mendapati usahanya menunjukkan perkembangan positif tanpa adanya tanda kerugian, lalu muncul sikap untuk tidak perlu melakukan monitoring dan evaluasi terhadap usaha tersebut. Menariknya, hasil menunjukkan bahwa sebanyak 69,4% partisipan tidak setuju dengan pandangan tersebut, sementara hanya 12,2% responden yang menyatakan setuju dan sisanya bersikap ragu-ragu. Temuan ini memperlihatkan bahwa mayoritas peserta memiliki kesadaran akan pentingnya monitoring dan evaluasi, meskipun usaha terlihat berjalan baik, karena proses tersebut merupakan bagian penting dari upaya menjaga keberlanjutan dan meminimalisasi risiko di masa depan.

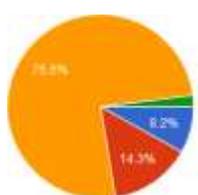


Diagram 5.

Mengubah jenis usaha ketika rugi.

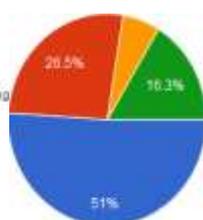


Diagram 6.

Sikap Mentolerir kerugian.

Diagram 5 menggambarkan sebuah studi kasus yang menguji sejauh mana kesiapan seseorang dalam menghadapi risiko berwirausaha. Kasus yang diberikan adalah ketika seorang pebisnis mengalami kerugian dan modal yang telah dikeluarkan belum kembali, kemudian muncul pilihan untuk segera mengganti jenis usaha agar tidak mengalami kerugian lebih lanjut.

Hasil yang diperoleh cukup menarik, karena mayoritas responden, yaitu sebanyak 75,5%, justru menyatakan tidak setuju dengan sikap tersebut dan lebih memilih untuk tetap bertahan pada usaha yang sedang dijalankan. Hal ini menunjukkan adanya keyakinan serta keteguhan sikap dalam menghadapi risiko, sekaligus mencerminkan optimisme bahwa usaha yang dirintis masih dapat dipertahankan dan diperbaiki. Konsistensi sikap ini diperkuat dengan hasil pada Diagram 6, di mana sebanyak 51% responden menyatakan bersedia mentolerir kerugian yang dialami sebagai bagian dari proses berwirausaha. Meskipun demikian, terdapat pula 26,5% responden yang memilih bersikap netral, serta sebagian lainnya yang menyatakan tidak setuju atau merasa bingung. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar siswa memiliki kecenderungan untuk tidak mudah menyerah terhadap kegagalan awal, dan lebih menekankan pada sikap pantang mundur sebagai bekal penting dalam perjalanan wirausaha.

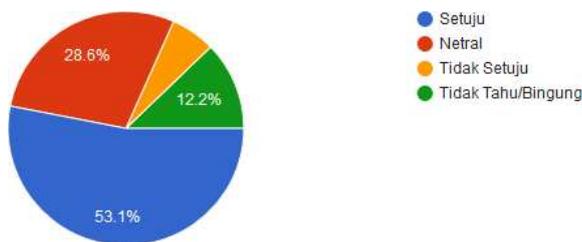


Diagram 7. Pemahaman Perdagangan Berjangka.

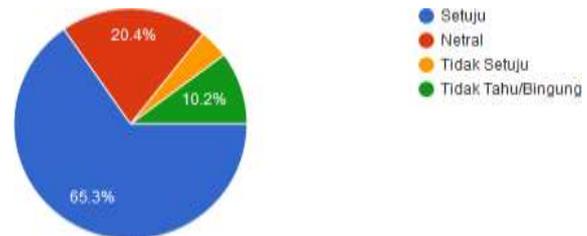


Diagram 8. Manfaat Positif Asuransi.

Salah satu risiko yang tidak dapat dihindari dalam berwirausaha adalah kemungkinan mengalami kerugian (Syafariah, 2016). Untuk mengantisipasi hal tersebut, salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah melalui perdagangan berjangka, yaitu suatu mekanisme jual beli dengan kontrak tertentu yang bertujuan meminimalkan potensi kerugian akibat fluktuasi harga di masa depan. Menariknya, hasil studi menunjukkan bahwa siswa SMK ternyata sudah memiliki pemahaman terkait konsep perdagangan berjangka. Hal ini terlihat dari hasil kuisisioner pada Diagram 7, di mana lebih dari setengah responden (53,1%) menyatakan setuju bahwa mereka memahami konsep tersebut, sementara 28,6% memilih bersikap netral, dan hanya 12,2% yang menyatakan tidak mengetahui perdagangan berjangka. Selain itu, strategi lain dalam mengantisipasi risiko usaha adalah dengan memanfaatkan jasa asuransi, yang dianggap dapat melindungi keberlangsungan usaha dari kemungkinan kerugian tak terduga. Data menunjukkan bahwa 65,3% siswa menyatakan persetujuan terhadap efektivitas asuransi, sedangkan 20,4% memilih netral, dan sisanya menyatakan tidak tahu atau tidak setuju. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun sebagian besar siswa sudah cukup memahami

pentingnya instrumen manajemen risiko, masih terdapat kelompok yang ragu atau belum sepenuhnya menyadari manfaat dari strategi perlindungan usaha tersebut.

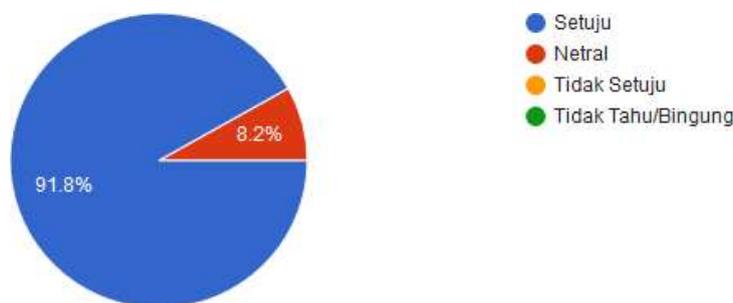


Diagram 9. Merintis Usaha Melalui Hobi.

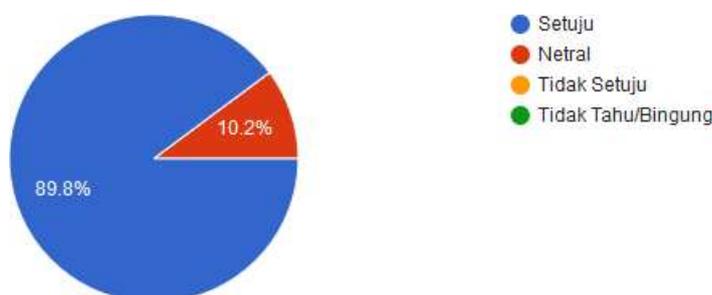


Diagram 10. Branding Produk dengan Nama yang Mudah.

Pada sesi pendampingan terkait produk dan rekayasa pemasaran online, kegiatan diawali dengan pemutaran sebuah video yang menampilkan kisah seorang pengusaha muda sukses di bidang kripik, yaitu Kripik Maicih. Dalam video tersebut diceritakan bagaimana sang pengusaha memulai usahanya benar-benar dari nol, hingga akhirnya mampu meraih pendapatan bersih mencapai puluhan juta rupiah setiap bulan. Penayangan video ini bertujuan untuk memberikan inspirasi sekaligus motivasi kepada para siswa SMK agar mereka menyadari bahwa mereka pun memiliki peluang untuk menjadi seorang pelaku start up yang berhasil. Selain itu, melalui kisah nyata tersebut siswa dapat memahami bahwa perjalanan membangun sebuah usaha tidak selalu berjalan mulus, melainkan penuh dengan tantangan, terutama pada tahap awal yang seringkali menjadi fase paling berat dalam merintis bisnis.

Konsep branding produk dan strategi pemasaran berbasis digital pada dasarnya menjelaskan bagaimana suatu barang atau jasa dapat diberi identitas melalui penamaan yang tepat sehingga mampu menimbulkan kesan menarik di benak konsumen, baik secara pendengaran maupun psikologis (Matin Bin Salman et al., 2021). Dalam praktik pembelajaran, hal ini biasanya diterapkan melalui simulasi, di mana peserta didik diminta terlebih dahulu mengenali minat atau hobi yang mereka miliki, kemudian diarahkan untuk merancang sebuah

ide usaha dari aktivitas yang mereka sukai tersebut. Sebagai ilustrasi, terdapat seorang siswa yang memiliki kegemaran mencoba berbagai kuliner tradisional, salah satunya adalah makanan khas Jawa Timur bernama *mendol*, yakni olahan berbahan dasar tempe yang dibentuk memanjang menyerupai lonjong lalu digoreng hingga menghasilkan cita rasa gurih yang khas. Untuk meningkatkan nilai jual sekaligus membedakannya dari produk serupa, siswa tersebut memberi nama usahanya “Mendol Lonjong”. Pemberian nama yang sederhana namun relevan dengan bentuk fisiknya menjadi strategi branding awal yang cukup efektif, karena selain mudah diingat, juga menciptakan diferensiasi produk yang dapat memperkuat daya tariknya di pasar.

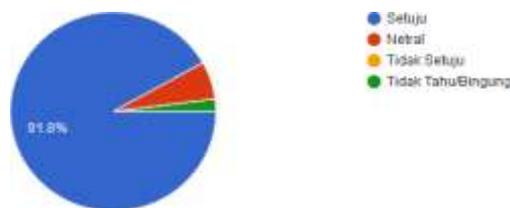


Diagram 11. Nama Unik Menarik Pangsa Pasar.

Hasil simulasi ini mencerminkan pemahaman siswa terhadap materi branding produk dan rekayasa pemasaran online, yang terbukti memberikan capaian positif sebagaimana tergambar pada data penelitian. Berdasarkan temuan pada Diagram 9, sebanyak 91,9% responden menyatakan setuju bahwa sebuah usaha dapat berawal dari hobi yang digeluti, sehingga hobi bukan sekadar aktivitas pengisi waktu, melainkan juga berpotensi menjadi pondasi lahirnya ide bisnis yang berkelanjutan. Selanjutnya, pada Diagram 10 diperoleh data bahwa 89,8% responden menyepakati pentingnya penggunaan nama produk yang sederhana dan mudah diingat, karena strategi penamaan seperti ini diyakini mampu menyentuh aspek auditori konsumen, menimbulkan rasa penasaran, sekaligus mendorong mereka untuk mencoba produk tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa kombinasi antara minat personal dan teknik branding yang tepat dapat menjadi langkah awal efektif dalam menciptakan usaha yang tidak hanya bernilai ekonomis tetapi juga memiliki daya tarik di pasar.

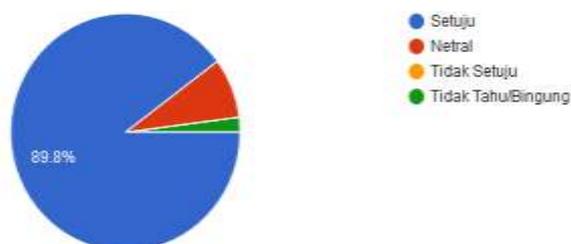


Diagram 12. Teman adalah target market terdekat.

Keyakinan siswa dalam membangun strategi pemasaran tercermin dari pandangan mereka mengenai pentingnya pemilihan nama produk yang unik. Berdasarkan hasil angket yang ditampilkan pada Diagram 10, mayoritas siswa percaya bahwa sebuah nama yang berbeda dan menarik mampu menimbulkan rasa ingin tahu dari calon konsumen, sehingga mendorong mereka untuk mencoba produk tersebut. Hal ini semakin diperkuat dengan data pada Diagram 11, yang menunjukkan bahwa sebanyak 91,8% responden menyatakan persetujuannya terhadap anggapan tersebut. Tidak hanya itu, siswa juga menilai bahwa salah satu cara paling sederhana, hemat biaya, dan efektif dalam memperluas jangkauan pemasaran adalah dengan memanfaatkan lingkungan terdekat, seperti teman sebaya. Teman dekat dianggap sebagai target pasar awal yang potensial, baik melalui interaksi langsung dengan menawarkan produk secara personal maupun dengan memanfaatkan jaringan media sosial yang mereka miliki. Fakta ini didukung oleh data pada Diagram 12, yang mencatat 89,8% responden meyakini bahwa strategi pemasaran melalui teman dekat menjadi langkah awal yang paling realistis dan mudah dilakukan sebelum melangkah ke tahap pemasaran yang lebih luas.

Melalui pelaksanaan program pengabdian ini, diharapkan baik siswa maupun Mitra mampu lebih mendalami arti pentingnya penerapan strategi bisnis sebagai landasan untuk mengembangkan usaha sekaligus memperkuat keterampilan kewirausahaan yang mereka miliki. Strategi bisnis dipandang sebagai suatu upaya yang terencana, sistematis, dan terukur, yang menjadi wujud nyata dari tanggung jawab dalam mengelola serta mengembangkan sebuah usaha (Aditya Nugraha Pratamahanu, 2021). Dengan adanya program ini, diharapkan siswa di sekolah Mitra tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga terinspirasi untuk tumbuh menjadi wirausahawan yang kompeten, tangguh, serta memiliki jiwa entrepreneur yang kreatif dan inovatif. Seorang wirausaha dituntut memiliki keberanian dalam mengambil keputusan, kreativitas dalam menemukan peluang, serta kemampuan untuk menciptakan terobosan baru yang relevan dengan kebutuhan pasar. Namun, mengubah pola pikir dan perilaku seseorang menuju karakter wirausaha bukanlah hal yang sederhana, karena membutuhkan proses yang konsisten dan dukungan lingkungan yang tepat. Oleh sebab itu, diperlukan program yang benar-benar dirancang untuk menstimulasi siswa agar mereka mampu merespons secara aktif, menginternalisasi nilai-nilai kewirausahaan, dan akhirnya siap mempraktikkannya dalam kehidupan nyata. (Grace Jenny Soputan, 2021).

Thomas W. Zimmerer (Norman, 2005) merumuskan manfaat berkewirausahaan, yakni di antaranya:

Memiliki usaha sendiri pada dasarnya memberikan ruang kebebasan sekaligus peluang besar bagi seseorang untuk mengendalikan arah hidup dan nasibnya sendiri. Dengan menjadi seorang wirausahawan, individu tidak lagi sepenuhnya bergantung pada pihak lain, melainkan dapat menentukan langkah, strategi, serta tujuan yang ingin dicapai sesuai dengan visi hidupnya. Kebebasan ini memberikan keleluasaan untuk mengekspresikan ide, mengatur waktu, serta mengelola sumber daya secara mandiri. Selain itu, usaha yang dibangun tidak hanya berfungsi sebagai sarana mencari keuntungan semata, tetapi juga dapat menjadi jalan untuk mewujudkan cita-cita, baik dalam aspek finansial maupun kepuasan batin. Dengan kata lain, melalui bisnis yang dimilikinya, seorang pebisnis berupaya memenangkan hidupnya sendiri, karena keberhasilan usahanya sejalan dengan keberhasilan dalam mencapai tujuan dan impian pribadinya.

Menjalankan usaha tidak hanya sebatas mengejar keuntungan, tetapi juga membuka peluang besar bagi seorang pebisnis untuk menghadirkan perubahan yang bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan. Banyak wirausahawan yang terdorong memulai bisnis karena mereka mampu melihat adanya celah atau kebutuhan yang penting untuk dijawab, baik dalam bidang sosial, ekonomi, maupun lingkungan. Bentuk perubahan tersebut bisa sangat beragam, misalnya dengan menyediakan perumahan sederhana yang sehat dan layak bagi keluarga berpenghasilan rendah, atau merancang program daur ulang limbah untuk menjaga kelestarian sumber daya alam yang semakin terbatas. Inovasi-inovasi semacam ini mencerminkan bahwa bisnis dapat menjadi sarana nyata untuk memadukan kepedulian sosial dengan tujuan ekonomi. Melalui usaha yang dijalankan, para pebisnis tidak hanya membangun keberlangsungan hidupnya sendiri, tetapi juga berkontribusi menciptakan kehidupan yang lebih baik bagi masyarakat luas, sekaligus mendukung terciptanya keseimbangan antara pembangunan dan keberlanjutan lingkungan.

Menjadi seorang wirausahawan memberikan kesempatan luas bagi individu untuk mengembangkan serta mewujudkan potensi dirinya secara maksimal. Berbeda dengan bekerja di sebuah perusahaan yang sering kali terasa monoton, kurang menantang, dan minim daya tarik, dunia wirausaha justru menawarkan dinamika yang memacu semangat serta memberikan ruang kebebasan untuk berkreasi. Bagi seorang pebisnis, menjalankan usaha seringkali tidak jauh berbeda dengan menyalurkan hobi atau bahkan bermain, karena keduanya sama-sama menghadirkan rasa kepuasan dan kesenangan. Bisnis yang mereka bangun bukan hanya sekadar sarana mencari keuntungan, melainkan juga menjadi media aktualisasi diri untuk

mengekspresikan kreativitas, semangat, inovasi, dan visi pribadi. Keberhasilan dalam usaha sepenuhnya ditentukan oleh kemampuan mereka dalam mengelola ide serta semangat yang dimiliki, bukan semata-mata aturan dari pihak luar. Dengan memiliki usaha sendiri, seorang wirausahawan memperoleh kekuasaan atas pilihannya, merasakan kebangkitan spiritual, serta memiliki kebebasan penuh untuk mengejar minat dan hobinya, sehingga hidup yang dijalani menjadi lebih bermakna dan selaras dengan jati diri.

Menjalankan usaha sendiri memberikan peluang besar bagi seorang wirausahawan untuk meraih keuntungan secara maksimal. Meskipun pada tahap awal motivasi utama mereka biasanya bukan semata-mata uang, namun potensi keuntungan yang dihasilkan tetap menjadi salah satu faktor penting yang mendorong lahirnya berbagai usaha baru. Banyak pebisnis tidak serta-merta bercita-cita menjadi kaya raya, tetapi sebagian besar dari mereka mampu mencapai taraf hidup yang berkecukupan melalui bisnis yang dijalankannya. Fakta menarik menunjukkan bahwa hampir 75 persen individu yang masuk dalam daftar orang terkaya di dunia berasal dari kalangan wirausahawan generasi pertama, yang membangun usahanya dari nol. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Thomas Stanley dan William Danko juga memperkuat temuan ini, di mana tercatat dua pertiga dari jumlah jutawan di Amerika Serikat merupakan pemilik perusahaan sendiri. Bahkan, peluang seseorang yang memiliki usaha untuk menjadi jutawan empat kali lebih besar dibandingkan dengan mereka yang hanya bekerja sebagai karyawan di perusahaan orang lain. Data ini menegaskan bahwa kewirausahaan bukan hanya jalan untuk mewujudkan kemandirian, tetapi juga sarana nyata untuk mencapai kesejahteraan finansial yang lebih optimal.

Menjadi wirausahawan juga memberikan peluang besar untuk berperan aktif dalam masyarakat sekaligus memperoleh pengakuan atas usaha yang dijalankan. Pemilik usaha kecil maupun pengusaha lokal sering kali dipandang sebagai warga yang dihormati serta dipercaya, karena mereka tidak hanya menjalankan bisnis untuk keuntungan pribadi, tetapi juga turut berkontribusi pada kehidupan sosial di sekitarnya. Hubungan antara pengusaha dan pelanggan dibangun atas dasar kepercayaan, di mana loyalitas pelanggan tercipta setelah mereka merasakan pelayanan dan kualitas yang konsisten selama bertahun-tahun. Hal ini menjadikan pengakuan masyarakat sebagai bentuk apresiasi yang bernilai tinggi bagi seorang pengusaha. Selain itu, keterlibatan wirausahawan dalam sistem bisnis lokal membawa dampak nyata terhadap keberlangsungan perekonomian masyarakat setempat, bahkan turut mendukung kelancaran fungsi sosial dan ekonomi pada skala nasional. Kesadaran bahwa pekerjaan yang mereka lakukan memberikan manfaat luas tidak hanya menjadi kebanggaan pribadi, tetapi juga menjadi imbalan moral yang mendorong mereka untuk terus berinovasi dan mempertahankan

kontribusinya bagi masyarakat.

Menjadi seorang wirausahawan memberikan kesempatan istimewa untuk menjalani sesuatu yang benar-benar disukai sehingga pekerjaan yang dilakukan terasa menyenangkan, bahkan sering kali tidak dianggap sebagai beban kerja. Banyak pengusaha kecil maupun pemilik bisnis yang sukses justru memulai usahanya karena tertarik pada bidang tertentu yang sesuai dengan minat atau hobi mereka. Dengan cara ini, kegiatan usaha bukan hanya menjadi sarana mencari nafkah, tetapi juga menjadi bentuk penyaluran passion yang menghadirkan rasa puas dan gembira dalam setiap prosesnya. Harvey McKey pernah menekankan bahwa seseorang sebaiknya mencari dan membangun usaha yang benar-benar ia sukai, karena dengan begitu ia tidak akan pernah merasa bekerja seharipun dalam hidupnya. Pandangan ini menggambarkan bahwa esensi berwirausaha bukan hanya terletak pada pencapaian akhir berupa keuntungan finansial, tetapi juga pada kepuasan batin yang muncul dari proses menjalaninya. Bagi seorang wirausahawan, penghargaan terbesar bukan semata-mata hasil akhirnya, melainkan pengalaman, perjalanan, serta nilai-nilai yang didapatkan selama mengembangkan bisnisnya. (Basrowi, 2011)

4. KESIMPULAN

Generasi muda di era milenial menghadapi tantangan besar yang menuntut kreativitas tanpa batas sebagai bekal untuk bersaing di tengah perubahan zaman. Proses belajar tidak lagi terbatas pada ruang kelas, melainkan lebih efektif apabila dipadukan dengan praktik langsung di lapangan. Pengetahuan tidak hanya diperoleh dari buku, tetapi justru lebih bermakna ketika siswa terjun ke masyarakat dan berinteraksi dengan realitas yang ada. Dalam konteks kewirausahaan, tantangan utama bagi anak muda adalah keberanian serta kemampuan untuk menciptakan dan mengelola usaha secara mandiri. Kemampuan membaca peluang, mengolah ide, dan menjadikannya sebuah usaha konkret menjadi modal penting yang harus dimiliki. Di sisi lain, perkembangan teknologi digital hadir sebagai tantangan sekaligus peluang emas yang memungkinkan wirausahawan muda melakukan ekspansi usaha, tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga merambah pasar nasional bahkan internasional. Bagi pelajar SMK yang berada pada usia produktif, dukungan dan motivasi untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan menjadi hal yang sangat esensial. Oleh sebab itu, pembaruan atau *up-grade* kurikulum kewirausahaan perlu terus dilakukan agar lebih relevan dengan perkembangan zaman. Selain itu, mata pelajaran kewirausahaan tidak seharusnya berdiri sendiri, melainkan harus terintegrasi dengan bidang studi lain agar dapat melahirkan pembelajaran yang lebih komprehensif dan aplikatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Nugraha Pratamahanu, R. H. (2021). Analisis SWOT dalam menentukan strategi bersaing pada PT Cahaya Interfreight Cargo. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 21.
- Baringer, B. R., & Ireland, R. (2016). *Entrepreneurship*. Pearson.
- Basrowi. (2011). *Kewirausahaan*. Ghalia Indonesia.
- Catur Harsito, A. M. (2021). Penerapan teknologi tepat guna sebagai peningkatan usaha. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 3.
- Crouch, V. (2002). *Buku saku para CEO*. Harvest Publication House.
- Dewi, S. M. (2017). Resiko yang dihadapi seorang wirausaha. Undergraduate Program, Business Creation. <https://bbs.binus.ac.id/business-creation/2017/03/resiko-yang-dihadapi-seorang-wirausaha/>
- Esfandiari, F., dkk. (2021). Pendampingan akad dan sertifikasi halal MUI serta edukasi jaminan produk halal pada minuman Cangloh di Mergosono Kota Malang. *Dedikasi Hukum*, 1(2), 1–13. <https://doi.org/10.2229/jdh.v1i2.17607>
- Franita, R. (2016). Analisa pengangguran di Indonesia. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 1(12).
- Grace, J., & Soputan, N. C. (2021). Strategi membentuk wirausaha baru di kampus. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 51.
- Hutabarat, Z. (2017). Minat mahasiswa untuk menjadi wirausahawan. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 22.
- Matin Bin Salman, A., Doktor Manajemen Pendidikan Islam, P., & Surakarta, I. (2021). Strategi branding dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 869–880. <https://doi.org/10.29040/JIEI.V7I2.2649>
- Norman, T. W. (2005). *Kewirausahaan dan manajemen bisnis kecil (Terjemahan)*. Scarborough.
- Nurhayani, Akbar, M., Damayanti, R., Rahmatullah, & Syarigawir. (2021). Kewirausahaan di tengah revolusi industri 4.0: Teori dan konsep tinjauan ekonomi Islam. *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(1). <https://doi.org/10.47435/adz-dzahab.v6i1.586>
- Perdagangan, K. P. (2020). Indonesia butuh 4 juta wirausaha baru untuk menjadi negara maju.
- Sabariah, E. (2021). Strategi mempertahankan energi dinamis suatu wirausaha pada perubahan fenomena khususnya fenomena pandemi COVID-19 berbasis pengetahuan. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(1). <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i1.111>
- Setiono, L. H. (2020). Risiko wirausahawan dalam pengembangan bisnis.
- Syafariah, A. (2016). Pengaruh risiko bisnis dan risiko finansial terhadap risiko sistematis saham industri manufaktur. *Jurnal SIKAP (Sistem Informasi, Keuangan, Auditing dan*

Perpajakan), 1(2), 82–89. <https://doi.org/10.32897/JSIKAP.V1I2.50>

Watuseke, J. (2019). Tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen karena pengaruh iklan. *Lex Privatum*, 7(4), 108–118. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lexprivatum/article/view/26870>

Widnyana, I. W., Widyawati, S. R., & Warmana, G. O. (2019). Pengaruh pemberian mata kuliah kewirausahaan dan pelatihan wirausaha terhadap minat wirausaha ekonomi kreatif pada mahasiswa Unmas Denpasar. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(1).