

## PENINGKATAN JIWA *ENTREPRENEURSHIP* BAGI PENGELOLA MEDIA KOMUNITAS

Nadya Amalia Nasution<sup>1)</sup>, Toni Wijaya<sup>2)</sup>, Iptahudin<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup> Universitas Lampung, Bandar Lampung, Indonesia [suratoni@gmail.com](mailto:suratoni@gmail.com)

<sup>2)</sup> Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Bandar Lampung, Indonesia  
[nadyaamalia@radenintan.ac.id](mailto:nadyaamalia@radenintan.ac.id)

<sup>3)</sup> Institut Manajemen Koperasi Indonesia, [shopudin9@gmail.com](mailto:shopudin9@gmail.com)

### Abstrak

Semangat wirausaha di Indonesia masih sangat rendah, rasio kewirausahaan di Indonesia masih berada di level 3,74%, masih tertinggal dibanding negara-negara tetangga. Pemerintah menargetkan pada 2024, Indonesia diharap sudah memiliki rasio kewirausahaan di atas 3,9%, untuk mewujudkan hal tersebut, generasi muda, terutama mahasiswa menjadi aktor penentu, mengingat kreatifitasnya sangat dibutuhkan dalam berwirausaha, seperti mahasiswa yang berkecimpung di media komunitas. Pengabdian ini didasari oleh pemikiran, bahwa media komunitas sangat diperlukan bagi pengetahuan masyarakat, terutama civitas akademika di tingkat Universitas di kota Bandar Lampung. Media komunitas memiliki kelemahan yaitu sukarnya media komunitas dalam meliput berita karena masih dipandang sebelah mata dibanding media mainstream. Namun berkat hal ini, media komunitas dapat hidup bersama dengan media mainstream bahkan saling mengisi peran masing-masing. Agar dapat hidup berkesinambungan media komunitas perlu untuk mengembangkan sektor usaha agar dapat mandiri dan lebih berkembang. Hal ini perlu untuk mewujudkan kesinambungan dan keberlangsungan media komunitas. Tim pengabdian memandang perlu untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan pada pengelola media komunitas di lingkungan Universitas di Bandar Lampung. Kegiatan pengabdian ini berlangsung selama 2 hari. Terdiri dari pelatihan, pendampingan, hingga evaluasi kegiatan. Sasaran kegiatan adalah 5 media komunitas di Bandar Lampung.

**Kata Kunci:** Enterpreneurship, Mahasiswa, Media Komunitas

### Abstract

*Entrepreneurial spirit in Indonesia is still very low, the ratio of entrepreneurship in Indonesia is still at the level of 3.74%, still lagging behind neighboring countries. The government targets that by 2024, Indonesia is expected to have an entrepreneurship ratio above 3.9%, to make this happen, the younger generation, especially students, will be the determining actors, considering that creativity is needed in entrepreneurship, such as students working in community media. This service is based on the idea that community media are indispensable for public knowledge, especially the academic community at the University level in Bandar Lampung city. Community media has a weakness, namely the difficulty of community media in covering news because they are still underestimated compared to mainstream media. But thanks to this, community media can live together with mainstream media and even fill each other's roles. In order to live sustainably, community media need to develop the business sector so that it can be independent and more developed. This is necessary to realize the sustainability and sustainability of community media. The service team deems it necessary to develop an entrepreneurial spirit in community media managers at the University in Bandar Lampung. This service activity lasted for 2 days. Consists of training, mentoring, to evaluation of activities. The target of the activity is 5 community media in Bandar Lampung.*

**Keywords:** Entrepreneurship, Students, Community Media

## PENDAHULUAN

Angka kemiskinan di Indonesia masih menunjukkan angka yang cukup signifikan, sehingga berdampak pada perolehan kinerja indeks pembangunan manusia di Indonesia, yang pada tahun 2020 masih berada dalam peringkat 107 dengan skor 71,94 dari 189 negara. Jumlah penduduk miskin di Indonesia menurut badan pusat statistik tahun 2021 adalah sebesar 27,54 juta. Demikian juga, penduduk miskin di Lampung yang menjadi pintu masuk bagi pulau sumatra, masih memiliki tingkat kemiskinan tinggi, hingga Maret 2021, jumlah penduduk miskin (penduduk dengan pengeluaran per kapita per bulan di bawah Garis Kemiskinan) di Lampung mencapai 1,08 juta orang atau 12,62% (BPS, 2021).

Data kemiskinan tersebut mengimplikasikan program penanggulangan kemiskinan belum berhasil secara signifikan. Oleh karena itu, setiap tahun pemerintah menargetkan harus ada penurunan persentase kemiskinan 1%.

Hal ini sejalan dengan tujuan *The Millenium Development Goals*, yaitu mengurangi separuh kemiskinan dan kelaparan penduduk di dunia pada tahun 2015. Pencapaian tujuan ini cukup berat, mengingat pertumbuhan dunia bisnis terus meningkat, sementara kemiskinan terus bertambah.

Dengan demikian, dukungan dan peran dari semua pihak sangat dibutuhkan untuk mencapai keberhasilan tujuan ini, baik peran pemerintah maupun peran swasta, khusus peran perusahaan.

Peran perusahaan sangat dibutuhkan bukan hanya untuk mengentaskan kemiskinan dan keterpurukan masyarakat sesaat, tetapi juga untuk lebih memberdayakan masyarakat secara berkelanjutan menuju peningkatan kualitas hidup masyarakat, terlebih ketika pemerintah memiliki kekurangan anggaran dalam memberdayakan masyarakatnya menjadi masyarakat sejahtera (Ismail, 2020).

Sebagai upaya untuk mengentaskan kemiskinan disuatu daerah, maka dibutuhkan niat serta kemauan yang keras dari anggota masyarakat untuk berubah menjadi lebih baik, disamping adanya upaya dari pemerintah dan peran serta dari perusahaan dengan melaksanakan program kemitraan. Dalam rangka mengubah pola pikir masyarakat, maka perlu dilaksanakan pelatihan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan serta keinginan untuk maju.

Mahasiswa juga telah mendapatkan materi-materi tentang kewirausahaan di perkuliahan, karena telah menjadi matakuliah umum bagi beberapa universitas di Kota Bandar Lampung khususnya, sehingga mendapatkan pelatihan tentang kewirausahaan

sangat mendukung kegiatan belajar mengajar, diharap pengabdian ini mampu mendorong mahasiswa lebih berani dalam mencoba hal-hal baru, sehingga tidak hanya konsep, namun juga action (Widnyana, 2019).

Generasi milenial dan z dinilai mampu menguasai teknologi dengan mudah, hal tersebut menjadi nilai tambah tersendiri di dunia kewirausahaan, bisnis menuju era tanpa batas dengan internet itu disebut dengan istilah e-commerce (Wong J, 2010). Dengan berwirausaha dan memasarkan secara digital, selain memudahkan, teknologi juga mampu mengubah segala cara dalam keberlangsungan di dunia wirausaha.

Dengan demikian, fokus permasalahannya adalah “Bagaimana meningkatkan pengetahuan Kewirausahaan bagi Pengelola Media Komunitas?”

Adapun tujuan kegiatan pelatihan manajemen bisnis dan kewirausahaan ini adalah untuk : Memberikan tambahan pengetahuan Kewirausahaan bagi para Pengelola Media Media Komunitas

Manfaat dari hasil kegiatan ini adalah : Membangun dan menumbuhkan jiwa *entrepreneurship* bagi Pengelola Media Komunitas.

## **METODOLOGI PENGABDIAN**

Jenis kegiatan pengabdian kepada

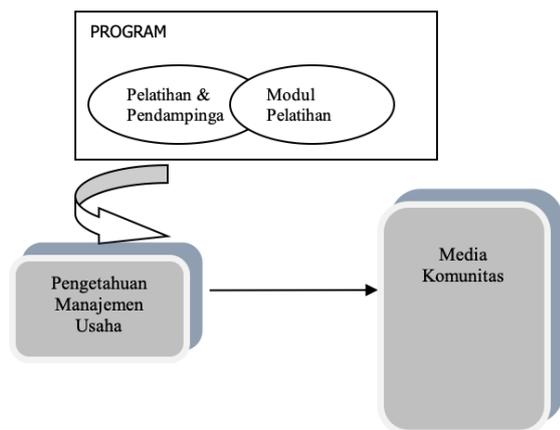
masyarakat yang dilaksanakan adalah pelatihan, yakni pelatihan dalam mempersiapkan diri menjadi seorang enterpreuner muda yang kreatif, mulai dari perencanaan usaha, *bussines plan*, hingga strategi komunikasi dalam memasarkan produk/jasa Sasaran kegiatan ini adalah para Pengelola media komunitas lingkungan universitas di kota Bandar Lampung.

Metode pemecahan masalah yang digunakan adalah dengan kegiatan pelatihan manajemen bisnis dan kewirausahaan :

1. Pelatihan manajemen bisnis

Pelatihan manajemen bisnis dilakukan dengan metode ceramah yang disusun dalam format pelatihan dalam rangka meningkatkan pengetahuan para peserta pelatihan.

2. Pendampingan atau Bimbingan dan Konsultasi dari berbagai aspek layanan bisnis, seperti perizinan usaha, manajemen kelembagaan dan proses pendirian usaha, lingkungan dan etika bisnis, serta pelaksanaan monitoring.



Gambar 1. Kerangka Pemecahan Masalah

## PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelatihan ini mulai terlaksana pada 20 November 2018 dihadiri oleh 24 peserta yang berasal dari komunitas pers mahasiswa di kota Bandar Lampung. 3 orang tim pengabdian melakukan penyuluhan dengan pola seminar. Pelatihan ini berlangsung selama satu hari penuh terbagi atas tiga sesi. Kegiatan ini diorganisir oleh tim pengabdian kepada masyarakat yang berasal dari Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Kegiatan ini terlaksana selama sehari dengan penjadwalan sebagai berikut :

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

Materi/ Kegiatan	Penyaji/penanggung Jawab	
<b>Hari 1</b> 08.00 –	Perkenalan/Pemb ukaan	Tim

08.45	Pre test	
08.45 – 09.00	<i>Coffe break</i>	Tim
09.00 – 12.00	Peluang Bisnis dan Penentuan Kelayakan Jenis Usaha	Cahyono Eko S
13.00 – 15.00	Manajemen Bisnis	Toni Wijaya
<b>Hari 2</b> 11.00 – 12.00	Creativepreneur & <i>Business Plan</i> / Rencana Bisnis	Nadya Amalia N
12.30 – 13.40	Post test & Penutupan	Tim
13.40 – 14.00	Diskusi	Tim

Materi yang disampaikan oleh Cahyono Eko Sugiharto adalah analisis peluang bisnis dan penentuan kelayakan jenis usaha. Peluang bisnis adalah suatu proses identifikasi kesempatan untuk memulai bisnis yang baru, termasuk membahas ide bisnis, prospek, perencanaan, ataupun kesempatan lain untuk suatu usaha yang sedang dikembangkan atau akan dimulai (Fajrillah. 2020).

Materi yang disampaikan Toni Wijaya adalah manajemen bisnis dan pemasaran, yang mana pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dari individu dan kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya

melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran (nilai) produk dengan yang lain (Saladin, 2003). Selain pemasaran, pembuatan packaging/ pengemasan juga dibahas, dari segi design dan bentuknya guna menaikkan nilai dari produk yang kita jual.

Materi yang disampaikan oleh Nadya Amalia adalah creativepreneur dan *Business Plan, business plan* pada intinya adalah untuk menjelaskan tujuan dibentuknya sebuah bisnis. Rencana bisnis ini mencakup rencana jangka waktu pendek, jangka menengah hingga jangka panjang secara detail dan jelas. Selain itu rencana bisnis ini juga berisi strategi yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan bisnis itu sendiri. Bukan hanya itu, rencana bisnis juga bisa berisi tentang latar belakang tim atau organisasi yang bertanggung jawab.(Watson, 2018). *Creativepreneur* juga disinggung dalam materi ini, yakni dengan mengajak mahasiswa *brainstorming*, apa saja inovasi dan kreatifitas terpendam yang dimiliki masing-masing individu, sehingga dapat didiskusikan bersama implementasinya.

Berkaitan dengan materi yang disampaikan, kegiatan ini pada setiap sesinya diberikan kesempatan untuk tanya jawab, sehingga materi yang disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh peserta.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pre-test yang dilaksanakan sebelum peserta diberikan materi, menunjukkan bahwa pemahaman ke-24 peserta tentang kewirausahaan rata-rata adalah sebesar 58,5%. Adapun indikator keberhasilan penyuluhan ini diukur dari hasil pre-test dan post-test yang telah dilakukan sebelum dan sesudah kegiatan berlangsung. Berikut disajikan tabel hasil pre test dan post test dari para peserta.

Tabel 2. Hasil Pre-test dan Post Test Peserta Pelatihan.

Respon No.	Jawa Bena r	Nilai Pre- test	Jawa Bena r	Nilai Post - test	% Ke- naikan
1.	7	70	8	80	30
2.	6	60	9	90	20
3.	6	60	10	90	40
4.	6	60	10	100	30
5.	5	50	9	80	40
6.	6	60	10	100	40
7.	5	50	10	100	50
8.	6	60	10	100	40
9.	5	50	9	90	40
10.	5	50	9	90	40
11.	7	70	10	100	30
12.	6	60	7	70	10
13.	5	50	8	80	30
14.	5	50	9	90	40

15.	8	80	10	100	20
16.	6	60	9	90	30
17.	7	70	9	90	20
18.	6	60	9	90	30
19.	7	70	10	100	30
20.	5	50	9	90	40
21.	7	70	10	100	30
22.	6	60	9	90	30
23.	7	70	10	100	30
24.	5	50	8	80	30
<b>Total</b>	<b>53,7</b>		<b>88,3</b>	<b>30,0</b>	

Responden yang mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mengisi pre-test dan post-test adalah sebanyak 24 orang. Jumlah pertanyaan yang diberikan adalah sebanyak 10 pertanyaan dengan skor masing-masing pertanyaan adalah 10. Nilai rata-rata responden pada saat pre-test yaitu sebelum responden diberikan materi adalah 53,7% dari skala 100. Melihat hasil dari test yang sudah diberikan bisa dikatakan bahwa tingkat pemahaman responden meningkat keseluruhannya (100 persen). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tidak ada satupun responden yang mengalami penurunan nilai pada saat post-test, dibandingkan dengan nilai pre-testnya. Begitu pula dengan responden yang mengalami nilai yang tetap, tidak ditemukan seorangpun responden yang mengalami nilai yang tetap.

Selanjutnya untuk nilai rata-rata responden setelah diberikan materi adalah 88,3%. Dengan demikian, terdapat kenaikan rata-rata dari 58,8 menjadi 91,8 yaitu sebanyak 34.6 persen. Kenaikan ini terdiri dari beberapa responden yang mengalami kenaikan nilai 10 persen, 20 persen, 30 persen, 40 persen, dan 50 persen.

Meskipun hasilnya belum bisa dikatakan maksimal, namun dengan demikian kegiatan penyuluhan ini berhasil memberikan kontribusi yang cukup penting dan berarti untuk meningkatkan pengetahuan serta ketrampilan pengelola komunitas tentang pentingnya berwirausaha. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa penyuluhan yang tim lakukan dalam waktu 2 hari memberikan hasil peningkatan pengetahuan para peserta terhadap pentingnya keterampilan dan inovasi dalam berwirausaha. Harapannya, setelah peserta mengikuti penyuluhan ini dapat langsung menerapkan atau mempraktekkan ilmu yang sudah didapatkan ke dalam pelaksanaan tugas dalam lingkungan komunitas atau lingkungan pribadi.



Gambar 2. Peserta Kegiatan Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pengelola Media Komunitas

Faktor atau indikator lain yang juga dapat dikategorikan sebagai pendukung tolak ukur dari keberhasilan kegiatan penyuluhan ini adalah tingginya tingkat antusiasme para peserta pada setiap sesi kegiatan. Hal tersebut ditunjukkan dengan semangatnya para peserta dalam mengikuti kegiatan dari awal sampai akhir serta banyak yang mengajukan berbagai pertanyaan terkait materi yang telah diberikan. Hal ini mengindikasikan bahwa peserta mempunyai tingkat perhatian, ketertarikan serta kepedulian yang cukup relevan dengan tema kegiatan penyuluhan.

Kegiatan pelatihan ini menghasilkan beberapa hal penting yaitu :

Pelatihan menganalisis peluang bisnis dan penentuan kelayakan jenis usaha. Kegiatan ini menghasilkan beberapa hal penting antara lain:

(1) Mahasiswa/i memperoleh keterampilan dalam melihat dan menganalisis peluang bisnis

yang ada di sekitar nya. Pada umumnya di latih agar lebih peka terhadap kebutuhan masyarakat yang dapat di jadikan peluang bisnis. (2) Mahasiswa/i memperoleh pengetahuan tentang penentuan kelayakan jenis usaha yang akan di lakukan ketika akan memulai berbisnis.



Gambar 3. Pemberian Materi

Kemudian dilanjutkan dengan materi kewirausahaan dan menghasilkan beberapa hal penting yaitu: (1) Meningkatnya pengetahuan mahasiswa/i pengelola media komunitas tentang pentingnya berwirausaha. Mahasiswa/i saat ini memiliki motivasi yang kuat memanfaatkan keterampilan yang mereka miliki dalam membuat media cetak serta memaksimalkan SDM dalam komunitas untuk menghasilkan *benefit income* dengan berwirausaha yang akan digunakan untuk membantu menghidupi lembaga pers mahasiswa di komunitas nya masing-masing. Pelatihan kewirausahaan ini menjadi dasar

yang penting agar *continuitas* output kegiatan ini dapat terus berjalan. (2) Meningkatnya pemahaman mahasiswa/i pengelola pers mahasiswa tentang mengembangkan kreativitas dan berinovasi di dalam komunitasnya baik media cetak maupun kewirausahaan yang bersifat profesional maupun pemula. Mahasiswa/i diberikan motivasi dan pengetahuan baru seputar penyiaran online melalui youtube guna menarik minat sasaran komunitas.

Serta materi tentang manajemen bisnis yang menghasilkan beberapa hal penting, yaitu: (1) Meningkatnya pengetahuan mahasiswa/i pengelola media komunitas tentang bagaimana memulai dan menjalankan bisnis dengan baik. (2) Memberi pengetahuan seputar perizinan dan pelegalan bisnis yang kita kelola agar bisnis aman dan sesuai prosedur.



Gambar 4. Tanya Jawab bersama owner @sosgulindonesia

Sebagai acara penutup, tim menghadirkan pelaku usaha yang merintis usahanya sejak

berkuliah, dan meraih sukses dengan omset yang tinggi, yakni owner @sosgulindonesia. Sharing dan berbagi pengalaman diharapkan mampu memotivasi peserta agar selalu optimis dan berkreatifitas membuat usaha-usaha kreatif yang memiliki keunikan sehingga mampu bersaing dan menjadi pengusaha muda yang sukses.

## PENUTUP

### 1. Kesimpulan

Kemampuan berwirausaha sangat penting dimiliki oleh semua orang, terutama di era yang mengedepankan kebaruan dan keunikan seperti sekarang ini. Setiap orang berlomba-lomba mencari keuntungan demi mewujudkan kehidupan yang lebih sejahtera. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa/i, kaum muda untuk bergerak mewujudkan cita-cita serta menyalurkan kreatifitasnya, tidak hanya berkreasi di lingkungan komunitasnya, tapi juga melakukan tugas-tugas wirausaha.

Kaitannya dengan pembahasan hasil kegiatan penyuluhan maka terjadi peningkatan pengetahuan yang cukup dari para peserta tentang kewirausahaan. Pre test yang dilakukan sebelum diberikan materi menghasilkan nilai rata-rata yaitu 53,7 dan hasil post test meningkat menjadi 91,8. Dari hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa secara umum pemahaman peserta tentang

komunikasi interpersonal yang efektif mengalami peningkatan pengetahuan yaitu sebesar 34,6%. Dengan demikian, kegiatan penyuluhan sudah berhasil memberikan kontribusi yang cukup penting dan berarti untuk meningkatkan pengetahuan serta ketrampilan berwirausaha pengelola komunitas pers mahasiswa.

## 2. Saran

Setelah mengetahui hasil analisis dari kegiatan penyuluhan maka tim kegiatan memberikan saran agar para peserta tetap terus belajar untuk meningkatkan serta mulai menggalakkan jiwa kewirausahaan agar mampu mengembangkan diri dari sisi bisnis. Hal ini dikarenakan, kegiatan penyuluhan ini hanyalah sebatas informasi dasar dalam memberikan bekal pengetahuan tentang kewirausahaan. Diharapkan selanjutnya mahasiswa memaksimalkan pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran produknya melalui jalur *online* (Pradikta, H. Y, 2021)..

Selanjutnya, untuk dapat meningkatkan ketrampilan dan berpikir kreatif, diharapkan semua peserta bisa mempraktekkan secara langsung di lingkungan komunitas masing-masing. Dengan demikian tujuan untuk dapat menjadi anak muda yang kreatif dan inovatif dapat terwujud dalam komunitas pers mahasiswa masing-masing.

## DAFTAR PUSTAKA

Alienikov.2002. Mega Kreativitas, Yogyakarta, Niagara  
Budiyanti, E., Nasution, N. A., & Rojiat, U. (2021). Implementation of employee organizational culture through formal and informal communication. *Metakom*, 5(1).

Everett M. Rogers, 2003, Diffusion of Innovations, fifth edition, New York: Free Press. Copyright

Fajrillah, F., Purba, S., Sirait, S., Sudarso, A., Sugianto, S., Sudirman, A., ... & Simarmata, J. (2020). *Smart entrepreneurship: peluang bisnis kreatif & inovatif di era digital*. Yayasan Kita Menulis.

Handoko, Hani. Manajemen (Edisi 2). 1995. Yogyakarta: BPFE UGM.

Hasibuan, Malayu S.P. 2001. Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah. Jakarta: PT Bumi Aksara. [http:// www. Republika.co.id](http://www.Republika.co.id)

Husadha, C., Meutia, K. I., & Narpati, B. (2019). Pelatihan Kewirausahaan Dan Kerajinan Tangan Di Rumah Yatim Bekasi. *Jurnal ABDIMAS (Pengabdian kepada Masyarakat) UBJ*, 2(2).

Ismail, I., Al-Bahri, F. P. F. P., Ahmad, L., & Salam, A. (2020). Ibm Pelatihan Kewirausahaan Sebagai Upaya Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan dan Menggali Ide Usaha Baru. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 1(1), 16-22.

Pahlevi, Reza, SE, 2006, "Strategi Penumbuhan Wirausaha Baru", Infokop Nomor 29 Tahun XXII  
Pradikta, H. Y., Nurleli, N., & Dayani, T. R. (2021).

Pelatihan pembuatan dan pemanfaatan media pemasaran online pada pengrajin kain tapis. *Al-Mu'awanah: Jurnal*

*Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 43-48.

Purdi E. Chandra, 2001, “Menjadi Entrepreneur Sukses”, Penerbit Grasindo, Jakarta.

Robin, Stephan P. & Coulter, Marry. 1999. *Manajemen*. Erlangga. Jakarta.  
Saladin, D. (2003).

Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian. *Bandung: Linda Karya*.  
Susanta, Gatut & Syamsuddin, M. Azrin. 2009.

Mudah Mendirikan dan Mengelola UMKM. Jakarta: Raih Asa Sukses.  
Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.

Tadjuddin, N., Elfiah, R., Meriyati, M., Wekke, I. S., & Saregar, A. (2019). The interaction of children’s early moral development process through a holistic approach. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 8(9), 126–142.

<https://www.ijicc.net/index.php/volume-8-2019/121-vol-8-iss-9>

Muelbauer, J. (2007, September). Housing, credit, and consumer expenditure. In S. C. Ludvigson (Chair), *Housing and consumer behaviour*. Symposium conducted at the meeting of the Federal Reserve Bank of Kansas City, Jackson Hole, WY.

Watson, K., & McGowan, P. (2018). Emergent perspectives toward the business plan among nascent entrepreneur start-up competition

participants. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.

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)

Wong J. 2010. “Internet Marketing For Beginners”. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

<https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/07/15/1843/persentase-penduduk-miskin-maret-2021-turun-menjadi-10-14-persen.ht>

