

MEMBANGUN MENTAL BERWIRAUSAHA DAN KREATIFITAS BERBASIS DIGITAL MARKETING PADA SMK PUTRA PERTIWI- TANGERANG SELATAN

Maman Darmansyah^{a,1}, Didi Sujadi^{b,2}, A. Asrorudin^{c,3}

^{abc}Program Studi Akuntansi, fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

¹dosen01129@unpam.ac.id; ²dosen02026@unpam.ac.id; ³dosen01615@unpam.ac.id;

*dosen01129@unpam.ac.id

Abstrak

Dalam rangka menjadi wirausahan, tentu ada beberapa hal yang kemudian harus diperhatikan dikalangan peserta didik, antara lain; pendidikan terkait kewirausahaan yang mereka dapatkan sewaktu belajar di Sekolah, perlunya seminar dan pelatihan untuk menambah pengetahuan tentang dunia usaha. Kemudian juga dalam dunia usaha yang penuh tantangan dan peluang, terdapat juga kemungkinan keberhasilan dan kegagalan. Secara dalam persepsi umum, kemungkinan banyak hambatan dalam memulai usaha, antara lain adanya anggapan merasa terlalu beresiko bila dibandingkan bekerja di kantor atau perusahaan, tidak memiliki bakat, kesulitan dalam hal modal, serta rendahnya mental dan pengetahuan berwirausaha yang minim, termasuk juga kendornya kreatifitas ide usaha. Sehingga kondisi inilah yang harus betul-betul dihilangkan dari peserta didik kita, salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan memberikan pendidikan, pelatihan, dorongan secara masif dikalangan peserta didik SMK secara berkelanjutan. Hal tersebut perlu dilakukan agar peserta didik dikemudian hari ketika menjadi seorang wirausahan tidak sekedar memiliki pengetahuan tentang bagaimana menjadi wirausahan, tapi juga memiliki mental yang baik agar bisa bersaing. Tujuan dari kegiatan ini yaitu pentingnya membangun mental berwirausaha sekaligus kreatifitas berbasis digital marketing pada SMK Putra Pertiwi-Tangerang Selatan, terlebih dalam perkembangan jaman yang semakin kompetitif. Adapun Metode Pelatihan/Penyuluhan Metode pelatihan, ditujukan untuk mentrasfer Ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) dalam mengatasi permasalahan melalui peningkatkan wawasan, pemahaman bagi mitra. Pelaksanaan pelatihan direncanakan di SMK Putra Pertiwi-Tangerang Selatan dan kegiatan PKM ini dibuat dalam bentuk Seminar maupun *Forum Group Discussion*. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini juga diharapkan dapat memotivasi, memberikan motivasi, wawasan, dan kesadaran kepada peserta didik untuk dapat berpartisipasi secara aktif dan komunikatif dalam mencari solusi yang inovatif dan berorientasi solutif terhadap permasalahan (kebutuhan) masyarakat sekaligus mampu menciptakan peluang usaha atau bisnis.

Kata Kunci: Kewirausahaan; Kreativitas; Digital Marketing;

Abstract

In order to become an entrepreneur, of course there are several things that must be considered among students, including; education related to entrepreneurship that they get while studying at school, the need for seminars and training to increase knowledge about the business world. Then also in the business world which is full of challenges and opportunities, there is also the possibility of success and failure. In general perception, there are likely many obstacles in starting a business, including the assumption that it is too risky when compared to working in an office or company, not having talent, difficulties in terms of capital, and low mentality and minimal entrepreneurial knowledge, including also the slackening of creativity in business ideas. So this condition must be truly eliminated from our students, one way that can be done is to provide education, training, and massive encouragement among vocational high school students on an ongoing basis. This needs to be done so that students in the future when they become entrepreneurs not only have knowledge about how to become entrepreneurs, but also have a good mentality in order to be able to compete. The purpose of this activity is the importance of building an entrepreneurial mentality as well as creativity based on digital marketing at SMK Putra Pertiwi-South Tangerang, especially in the increasingly competitive era. The Training/Counseling Method The training method is intended to transfer Science and Technology (IPTEK) in overcoming problems by increasing insight and understanding for partners. The implementation of the training is planned at SMK Putra Pertiwi-South Tangerang and this PKM activity is made in the form of a Seminar or Forum Group Discussion. This Community Service activity is also expected to motivate, provide motivation, insight, and awareness to students to be able to participate actively and communicatively in finding innovative and solution-oriented solutions to community problems (needs) while being able to create business opportunities or businesses.

Keywords: Entrepreneurship; Creativity; Digital Marketing;

PENDAHULUAN

Menjadi wirausahawan semestinya bisa lebih menjanjikan dari pada menjadi pekerja kantoran yang harus mematuhi beberapa aturan yang ada dan memiliki keterbatasan dalam banyak hal, terlebih dalam kondisi ekonomi dan global yang tidak menentu. Apalagi dalam memenuhi kebutuhan yang ada, kita dituntut memiliki kemandirian ekstra demi kehidupan yang sejahtera. Ketika usaha yang dijalankan dengan betul-betul serius, bukan tidak mungkin berwirausaha akan membantu mengurangi jumlah pengangguran dan membantu ekonomi nasional secara keseluruhan. Kemudian seorang usahawan dapat mengembangkan bakatnya melalui pendidikan, pelatihan, dan pengembangan. Mereka yang menjadi *entrepreneur* adalah yang mengenal potensi dan belajar mengembangkan potensi untuk menangkap peluang serta mengorganisir usahanya (Juli. I, Maman D, & Sonny, 2023).

Kewirausahaan dapat memancing kreatifitas seseorang dalam melihat peluang usaha/berbisnis, bisa juga memberikan banyak kesempatan ekonomi yang baik bagi semua orang. Kesempatan ini selalu tersedia bagi siapa saja yang berani, cerdas dan cermat dalam memanfaatkannya sebaik mungkin. Banyak pengusaha pemula besar yang sukses saat ini, memulai usaha kecil mereka di masa

lalu. Mereka bekerja dan mengembangkan perusahaan selangkah demi selangkah, mengenali kelemahan dan kekuatan mereka sebelum melangkah ke dunia bisnis yang lebih besar dan lebih menantang.

Selain itu, kita juga harus siap mengambil resiko atau menghadapi peluang yang ada dengan melakukan berbagai perubahan dan inovasi. Tahap pertama yang harus kita miliki untuk memulai bisnis adalah memiliki niat yang kuat untuk menjalankan bisnis tersebut dan memilih bisnis dari peluang yang ada. Kemudian kita harus mengelolanya secara serius dengan memperhatikan aspek-aspek seperti pembiayaan, sumber daya manusia, kepemilikan, organisasi, kepemimpinan yang meliputi bagaimana mengambil risiko dan mengambil keputusan, pemasaran, dan melakukan evaluasi. Pemenuhan aspek tersebut sebenarnya telah difasilitasi oleh kemajuan teknologi saat ini, dimana target pemasaran tidak dibatasi oleh umur.

Perkembangan zaman yang cepat dan kemajuan teknologi informasi yang semakin canggih tentu harus bisa dimanfaatkan dengan sebaik mungkin (Risa Ratna Gumilang, 2019). Apalagi, jumlah pengguna media elektronik saat ini semakin meningkat dan akan terus meningkat. Para pengguna ini tentunya disibukkan dengan berbagai media, terutama media sosial yang dapat digunakan

sebagai sarana promosi yang efektif (Citra Melati Khairunnisa, 2022). Sehingga kemudian diharapkan dengan memanfaatkan teknologi yang ada saat ini dapat memudahkan siapa saja dalam berwirausaha untuk menciptakan kemandirian dalam memenuhi kebutuhan guna mewujudkan kesejahteraan, khususnya bagi masyarakat Indonesia. Kemajuan teknologi juga memberi dampak yang begitu menonjol pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia pemasaran (Rudy Haryanto, dkk, 2024). Hal ini menjadi penting agar tidak lagi ketergantungan hidup pada pekerjaan yang disediakan oleh orang asing, karena kita juga dapat mengembangkan inovasi dalam mencapai perubahan ekonomi yang dapat memajukan tingkat kepuasan. Apalagi dengan pangsa pasar sebagai platform pemasaran yang memudahkan tentunya sangat menjanjikan dan menguntungkan. Lantas apa sebenarnya wirausaha itu dan bagaimana cara menjalankannya agar poin-poin yang disebutkan di atas bisa terpenuhi? Secara sederhana pengertian wirausaha (*entrepreneur*) adalah orang yang memiliki semangat mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan, yang artinya mandiri secara mental dan berani memulai bisnis, tanpa rasa takut atau cemas meski dalam kondisi tidak menentu. dalam

menjalankan bisnis yang akan dijalankan (Sunarso, 2010).

Seorang pengusaha tidak bisa lepas dari resiko atau peluang yang muncul. Wirausahawan harus selalu melakukan tindakan kreatif dan inovatif, disamping untuk melangsungkan usahanya, juga karena mereka adalah orang yang mengubah nilai sumber daya, tenaga kerja, material, dan faktor produksi lainnya menjadi nilai yang bernilai melalui perubahan, inovasi, dan cara baru (Harsoyo Dwijo W, Tedy Ardiansyah, Tarmizi Rasul, 2020). Sehingga dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang berbeda nilainya dengan menggunakan tenaga dan waktu yang dibutuhkan, dengan melakukan berbagai inovasi, serta memutakhirkan dengan memanfaatkan teknologi yang berkembang dalam mekanisme pasarnya. Setidaknya ada delapan langkah menuju puncak karir wirausaha (Alma, 2007: 106 - 109), yaitu ingin bekerja keras (kapasitas untuk kerja keras), Berkolaborasi dengan orang lain untuk meningkatkan produk yang dihasilkan (menyelesaikan sesuatu dengan dan melalui orang), Penampilan bagus (good appearance), Confidence (percaya diri), Pandai membuat keputusan (membuat keputusan yang tepat), Ingin menambah ilmu (pendidikan perguruan tinggi), Penggerak

ambisi, Baik dalam berkomunikasi (kemampuan berkomunikasi).

Selain itu, seorang wirausaha juga perlu inovatif dan mampu mengembangkan ide-ide dasar seperti melakukan kuisisioner tentang trend saat ini, melalui *brainstorming*, atau melalui observasi langsung terhadap sesuatu yang sedang *hitz* melalui teknologi yang ada tentunya. (Budiarto: 2010). Ide-ide tersebut menjadi dasar untuk mengembangkan kemajuan bisnis yang dijalankan dan dapat bersumber dari langganan, produk yang ada, perusahaan yang ada, kebijakan pemerintah, penelitian dan pengembangan, saluran distribusi (pedagang grosir dan pengecer yang membantu barang beredar dari produsen ke konsumen akhir.), serta paten (untuk mendapatkan perlindungan hukum). (Jeff: 2007) Bagaimana proses penciptaan ide dalam mengembangkan inovasi tersebut bergantung pada tahapan yang akan dilalui, seperti perencanaan dan pengembangan produk yang dihasilkan dalam bisnis. Tahapan proses penciptaan ide dimulai dari tahap mengembangkan ide. Pada tahap ini ide-ide, kesuksesan yang menjanjikan diidentifikasi dan ide-ide yang kurang praktis dibuang. Kemudian tahap selanjutnya adalah merumuskan konsep, dimana ide yang telah disaring kemudian diuji untuk mengetahui penerimaan konsumen. Tahap selanjutnya adalah mengembangkan produk yang

dihadarkan. Dalam tahap pengembangan suatu produk, reaksi konsumen terhadap produk fisik ditentukan. Sampel produk yang dihasilkan dalam bisnis diberikan kepada beberapa konsumen. Tahap terakhir adalah tes pemasaran. (Sukirno: 2005). Cara memperkenalkan produk yang dihasilkan dalam bisnis yang dijalankan setidaknya bisa memanfaatkan pembaruan. Prinsip pembaharuan sangat penting di pasaran saat memperkenalkan produk yang dihasilkan dalam bisnis ini karena peluang ini dapat diambil dan dikembangkan sepenuhnya oleh seseorang yang memiliki keahlian dan pengalaman yang diperlukan.

Adapun pembaharuan yang dapat dilakukan yaitu dengan memanfaatkan teknologi saat ini karena lebih memudahkan akses dalam membangun dan mempromosikan suatu produk yang dihasilkan dalam suatu bisnis. Bahkan media sosial bisa mempermudah dalam hal promosi. Postingan yang ditampilkan tentunya memberikan kesan tersendiri dengan menonjolkan produk yang sedang dipromosikan. Banyak pengusaha yang menggunakan cara ini dengan memperkenalkan kepada pelanggan suatu produk atau jasa yang belum ada di pasaran tetapi sudah tersedia di bisnisnya karena memiliki inovasinya sendiri. Perkembangan teknologi adalah proses teknis baru. Penggunaan teknologi komputer sekarang

memungkinkan pembeli memesan dari rumah untuk membeli barang tertentu (e-commerce). Saat ini Indonesia telah memiliki beberapa *marketplace* yang dapat dijadikan wadah untuk mempromosikan produk yang dihasilkan dalam suatu bisnis yang dijalankan. Ini sangat membantu bagi pengusaha pemula sebelum mengembangkan pasar mereka sendiri.

Membangun mental wirausaha dan kreatifitas berbasis digital marketing pada SMK Putra Pertiwi-Tangerang Selatan dengan tujuan agar peserta didik mampu memahami dan kemudian membuat ide serta melakukan kreatifitas secara mandiri membangun wirusaha berbasis digital yang mereka kerjakan sehingga meningkatkan usaha yang lebih mudah dengan sarana tersebut. Terakhir, keberhasilan seorang wirausahawan bergantung pada kemampuannya sebagai wirausahawan dan tindakannya yang pada dasarnya menunjukkan bahwa ia adalah manajer yang efektif dan efisien dengan menunjukkan kemampuan dan kemampuannya memotivasi dalam menjalankan usahanya sehingga berkembang sebagai update yang mengikuti perkembangan zaman. kali dengan memperhatikan ide-ide baru yang inovatif guna meningkatkan kesejahteraan karena keseriusan dalam mencari solusi atas permasalahan bisnis yang dihadapinya,

menghadapi risiko jika bisnis baru tersebut gagal.

METODE PELAKSANAAN

Metode kegiatan yang digunakan adalah kita berkunjung ke SMK Putra Pertiwi, Jl. Pondok Cabe Raya, No 57, Rt/Rw 003/008, Pamulang, Tangerang Selatan, Banten untuk memberikan sosialisasi disana. Metode Pendekatan Terkait dengan Solusi dan Target Luaran dari rencana pelaksanaan program PKM pada mitra yang telah ditetapkan, maka tim menetapkan metode pendekatan sebagai berikut :

Metode Pelatihan/Penyuluhan Metode pelatihan/penyuluhan, ditujukan untuk mentrasfer Ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) dalam mengatasi permasalahan melalui peningkatan wawasan, pemahaman bagi mitra. Pelaksanaan pelatihan direncanakan di SMK Putra Pertiwi-Tangerang Selatan. Adapun metode pendekatan ini ditetapkan oleh tim untuk mengatasi permasalahan, dan solusi mencapai target luaran yang telah ditetapkan yaitu Peningkatan pengetahuan tentang seluk beluk berwirausaha dan kreatifitas, Peningkatan pemahaman literasi digital, penguasaan teknik dan pemanfaatan

media digital, Peningkatan kemampuan memilih strategi pemasaran dan pemanfaatan media digital untuk pemasaran dan promosi, Peningkatan pengetahuan dan kemampuan membuat laporan akuntansi keuangan dan kemampuan mengelola keuangan sederhana dengan pemanfaatan media digital dan komputerisasi.

Metode Bimbingan Teknis dan Pendampingan Metode Pendekatan ini, ditujukan untuk mentransfer IPTEK, agar mitra mampu mempraktekkan hasil pelatihan dengan bimbingan teknis dan pendampingan dari pakarnya (tim). Metode pendekatan ini diterapkan langsung pada peserta didik SMK Putra Pertiwi-Tangerang Selatan. Pakar/Tim bekerja secara aplikatif untuk mengarahkan, membimbing setiap proses dan tahapan, memberi contoh kepada Mitra dalam mengatasi permasalahan dan mencapai target dan luaran dari peningkatan pengetahuan berwirausaha dan pemahaman literasi digital, penguasaan teknik dan pemanfaatan media digital, kemampuan memilih strategi pemasaran dan pemanfaatan media digital untuk pemasaran dan promosi, peningkatan pengetahuan dan kemampuan tentang membuat laporan akuntansi keuangan dan kemampuan mengelola keuangan sederhana dengan pemanfaatan media digital dan komputerisasi.

Metode Pendekatan Fasilitasi dan Mediasi Metode pendekatan fasilitasi dan mediasi ini, ditujukan untuk mempermudah, memperlancar, menghubungan, membuatkan (mendesain), mendapatkan, dan memiliki sesuatu yang dibutuhkan mitra. Pendekatan ini digunakan untuk mengatasi permasalahan dan mencapai target dan luaran sebagai berikut : a. Fasilitasi pemahaman tentang pengetahuan berwirausaha dan kreatifitas. b. Fasilitasi kemampuan memilih sarana media digital dalam strategi promosi dan pemasaran. c. Fasilitasi pelatihan membuat laporan akuntansi keuangan. d. Fasilitasi pelatihan kemampuan mengelola keuangan sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hakikatnya, kreativitas menghasilkan sudut pandang baru oleh seseorang terhadap suatu masalah. Pola pikir dari seorang dengan kepribadian kreatif adalah terbuka dan luas, atau sering kali disebut '*out of the box*'. Perlu kita ketahui, pola pikir yang demikian itu tidaklah datang secara instan, melainkan melalui suatu proses yang berkesinambungan. Graham Wallas, dalam bukunya "*The Art of Thought*" menyatakan bahwa proses kreatif meliputi 4 tahap: (1) Tahap Persiapan,

mempersiapkan diri untuk memecahkan masalah dengan mengumpulkan data/informasi, mempelajari pola berpikir dari orang lain, dan bertanya pada orang lain.

(2) Tahap Inkubasi, pada tahap ini pengumpulan informasi dihentikan, individu melepaskan diri untuk sementara dari masalah tersebut. Ia tidak memikirkan masalah tersebut secara sadar, tetapi “mengeramkannya” dalam alam pra sadar. (3)

Tahap Iluminasi, tahap ini merupakan tahap timbulnya “*insight*” atau “*Aha Erlebnis*”, yaitu saat munculnya inspirasi atau gagasan baru. (4) tahap ini merupakan tahap pengujian ide atau kreasi baru tersebut terhadap realitas. Di sini diperlukan pemikiran kritis dan konvergen. Proses divergensi (pemikiran kreatif) harus diikuti proses konvergensi (pemikiran kritis).

Setelah berhasil melewati proses tersebut, maka lahirlah sebuah inovasi. Inovasi adalah tentang bagaimana seseorang mengimplementasikan kreativitas terhadap sesuatu menjadi satu kombinasi baru yang dapat menghasilkan pemecahan masalah.

Definisi ‘baru’ di sini tidak selalu berarti original, melainkan ‘kebaruan’ atau ‘diperbaharui’, yang berarti juga adalah *improvement*, karena inovasi tidak harus selalu berwujud barang atau jasa baru, melainkan juga perbaikan atau pengembangan dari barang atau jasa yang telah ada.

Maka dari beberapa penjelasan diatas, menjadi sangat penting kehadiran sebuah ide dan kreatifitas dalam mempertahankan keoriginalan produk dan keberlangsungan usaha kita.

Dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini juga, Pemateri berupaya mampu memberikan pemahaman berkaitan dengan beberapa solusi yang bisa ditawarkan pada wirausaha yang dijalankan, antara lain: (a) Mengenalkan apa itu kewirausahaan?, Dan juga peranannya dalam membangun keunggulan kompetitif Nasional. (b) Mengerti dan memahami studi kelayakan bisnis dan rencana pemilihan ide usaha. (c) Mampu menangkap ide bisnis dan menciptakan peluang bisnis sekaligus inovasi yang bisa memberikan manfaat ataupun peningkatan kualitas hidup. (d) Mengerti dan memahami inkubator dan pendanaan. (e) Mengerti pembangkitan ide usaha dan kebutuhan untuk desain produk yang akan dikembangkan.

Disamping itu, perlu juga diperhatikan terkait pentingnya perilaku kewirausahaan, yaitu; keuletan syarat unuk mencapai tujuan yang merupakan sumber keberhasilan usaha dengan modal kerja fisik dan akal, kita harus mampu ulet dan memulai (Sri Purwanti, Endang Rusdianti, Paulus Wardoyo, 2021).

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) ini juga diharapkan dapat memotivasi, memberikan motivasi, wawasan, dan kesadaran kepada peserta didik untuk dapat berpartisipasi secara aktif dan komunikatif dalam mencari solusi yang inovatif dan berorientasi solutif terhadap permasalahan (kebutuhan) masyarakat sekaligus mampu menciptakan peluang usaha atau bisnis. Berbagai kasus dilakukan untuk meningkatkan ide kreatif dan membangun interaktif peserta didik selama kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) ini berlangsung. Kemudian juga kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) ini diharapkan dapat mendorong lahirnya *wirausahawan* baru sehingga dimasa mendatang Indonesia mampu mencapai kemandirian dan kedaulatan ekonomi serta mampu bersaing dengan dunia luar atau global.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kepada pihak yang terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat diantaranya SMK Putra Pertiwi, dan Tim Cari Kebaikan yang berkontribusi dalam kegiatan ini.



(Gambar 1. Foto Bersama Tim PkM dengan Peserta PkM)



(Gambar 2. Foto pada saat Sambutan ketua pelaksanaan PkM)

REFERENSI

- Alma, Prof. Dr. Buchari. (2007). *Kewirausahaan*. Edisi Revisi. Alfabeta. Jakarta
- Citra M. K. (2022). *Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran; Conceptual Paper*. Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis. 5(1), 98-102.
[https://jurnal.stiekma..ac.id/index](https://jurnal.stiekma.ac.id/index)
- Haryoso D. W, Tedy A, & Tarmizi R. (2020). Kreativitas dan Inovasi dalam Berwirausaha. Jurnal Usaha. 1(2), 19-25
<https://journal.unindra.ac.id/index>
- Juli I, Maman D, & Sonny. (2023). *Penerapan Manajemen Pemasaran pada UMKM Ponpes Pendawa Desa Tegal Jampang Hambulu Kemang Bogor*. Pro Bono Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. 3(2), 152-156.
<https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/jpb/article/view/3845>
- Kezia A. O. E, Nur L, Yosia B. (2025). *Membangun Mentalitas Pengusaha: Kunci Sukses dalam Dunia Bisnis*. 3(1). Nian tana Sakka: Jurnal Ilmiah Mahasiswa.
<https://ejournal-nipamof.id/index>
- Kustoro, Budiarto. (2010). *Pengantar Bisnis*. Medan: Mitra Wacana Media.
- Madura, Jeff. (2007). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Margie, Lyandra Aisyah. Yulianto. Dimas Ramdhani Triputra & Maman Darmansyah. (2020). *Pengantar Bisnis*. Tangerang Selatan: Unpam Press Redaksi.
- Risa Ratna G. (2019). *Implementasi Digital Marketing terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri*. 10(1). 9-14. Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen.
<https://journal.ikopin.ac.id/index>
- Rudy H, Arief S, R. Nurhayati, I Gede A. M, Aat R. N. (2024). *Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran di Era Society 5.0: Sebuah Literature Review*. Edunomika. 8(2), 1-10.
<https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/1309>
- Sri P, Endang R, & Paulus W. (2021). *Kreativitas Kewirausahaan*. Jurnal Tematik. 3(2), 192-198.
<https://journal.usm.ac.id/index.php.tematik>
- Sukirno, Sadono ,dkk. (2005). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Kencana Media Group
- Sunarso. (2010). *Sikap Mental Wirousahawan dalam Menghadapi Perkembangan Zaman*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan. 10(2), 182-189.
<https://media.neliti.com/index>
- <https://writing-contest.bisnis.com/read/20191201/557/1176512/memanfaatkan-teknologi-dalam-berwirausaha-di-era-milenial>