

## Workshop Kewirausahaan Dalam Strategi Memulai Dan Mengembangkan Usaha Kecil

Wijaya<sup>1</sup>

<sup>1</sup>UIN Raden Fatah Palembang

email: [Wijaya\\_uin@radenfatah.ac.id](mailto:Wijaya_uin@radenfatah.ac.id)

### Info Artikel :

Diterima :

27 -05-2024

Disetujui :

12-06-2024

Dipublikasikan :

22-07-2024

### ABSTRAK

*Workshop* kewirausahaan merupakan *platform* penting bagi para pemilik usaha kecil untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam memulai dan mengembangkan usaha mereka. Tujuan utama acara ini adalah memberikan pemahaman mendalam tentang strategi pemasaran produk dan konsep dasar kewirausahaan kepada peserta. Selama *workshop*, peserta diberikan pelatihan intensif mengenai berbagai strategi pemasaran produk, termasuk identifikasi pasar potensial, pembuatan kampanye pemasaran yang efektif, serta penggunaan *platform* digital untuk mempromosikan produk. Selain itu, *workshop* juga membahas tentang pengembangan ide bisnis, manajemen risiko, dan strategi untuk meningkatkan daya saing dalam pasar yang kompetitif. Peserta didorong untuk mempertimbangkan semua aspek yang relevan dalam mengelola usaha kecil mereka secara efektif. Hasil dari *workshop* ini dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan keluarga peserta, sekaligus mendukung pertumbuhan sektor usaha mikro dan kecil di wilayah Karawang. Evaluasi akhir menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan yang signifikan dalam pemahaman tentang strategi pemasaran dan manajemen usaha, serta kesiapan mereka dalam menghadapi berbagai tantangan bisnis. Dengan demikian, *workshop* kewirausahaan ini dianggap sebagai langkah strategis untuk membangun kapasitas dan meningkatkan potensi pengusaha kecil dalam menghadapi persaingan di pasar yang semakin kompleks.

**Kata Kunci:** Kewirausahaan, Pelatihan, Usaha kecil, Strategi

### ABSTRACT

*Entrepreneurship workshops provide a crucial platform for small business owners to acquire the knowledge and skills necessary to start and develop their ventures. The main objective of these events is to provide participants with a deep understanding of product marketing strategies and fundamental entrepreneurial concepts. Throughout the workshop, participants undergo intensive training on various product marketing strategies, including identifying potential markets, creating effective marketing campaigns, and utilizing digital platforms for product promotion. Additionally, the workshop covers business idea development, risk management, and strategies to enhance competitiveness in a competitive market environment. Participants are encouraged to consider all relevant aspects in effectively managing their small businesses. The outcomes of these workshops aim to increase participants' income and family welfare, while also supporting the growth of the micro and small business sector in the Karawang region. Final evaluations show significant improvements in participants' understanding of marketing strategies, business management, and their readiness to tackle various business challenges. Therefore, these entrepreneurship workshops are considered strategic steps in building capacity and enhancing the potential of small entrepreneurs to compete in an increasingly complex market.*

**Keywords:** *Entrepreneurship, Small business, Strategy, Workshop*



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Sabajaya Publisher. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 International License. (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

## PENDAHULUAN

Cantillon dalam Widayati, dkk (2019), seorang wirausaha adalah individu yang mampu mengalihkan atau mengubah sumber daya ekonomi dari tingkat produktivitas rendah menjadi tingkat produktivitas yang lebih tinggi. Cantillon menekankan peran wirausaha dalam meningkatkan efisiensi ekonomi dengan mengoptimalkan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah yang signifikan. Pandangan Suryana menggambarkan wirausahawan sebagai individu yang memiliki keyakinan dan

ketahanan dalam menghadapi tantangan bisnis. Dia menekankan pentingnya sikap positif dan keterampilan kepemimpinan yang kuat sebagai modal utama dalam meraih kesuksesan sebagai seorang wirausahawan.

Di sisi lain, Schumpeter mendefinisikan wirausaha sebagai seorang inovator yang berperan dalam menggerakkan dinamika pasar melalui kombinasi-kombinasi baru. Schumpeter memandang bahwa inovasi wirausaha tidak hanya terbatas pada pengenalan produk baru atau peningkatan kualitas produk; hal ini juga meliputi pengembangan metode produksi baru, penemuan pasar-pasar baru, dan akuisisi sumber daya baru untuk meningkatkan daya saing industri. Secara khusus, Schumpeter mengaitkan konsep wirausaha dengan proses kreatif yang mendorong perubahan dan kemajuan ekonomi. Dengan adanya para wirausaha yang aktif mengimplementasikan inovasi, ekonomi dapat terus berkembang melalui peningkatan efisiensi, diversifikasi produk, dan ekspansi pasar yang memberikan manfaat bagi masyarakat secara luas. (Widayati, dkk, 2019).

Peningkatan jumlah pengusaha kecil di Indonesia merupakan faktor krusial dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Kewirausahaan tidak hanya menjadi pilihan karir alternatif, tetapi juga merupakan pendorong utama bagi inovasi, penciptaan lapangan kerja, dan pemerataan ekonomi di berbagai lapisan masyarakat. Dalam konteks ini, *workshop* kewirausahaan menjadi salah satu pendekatan efektif untuk memberdayakan individu-individu yang berpotensi menjadi pengusaha mandiri.

Strategi merupakan visi jangka panjang dan tujuan utama suatu perusahaan, serta langkah-langkah dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Ini mencakup kekuatan internal seperti sumber daya, kemampuan, dan kompetensi inti yang memungkinkan perusahaan mencapai tujuannya dalam konteks persaingan yang ada. Dalam konteks memenangkan persaingan pasar dan mencapai kepemimpinan global, tujuan strategis secara tidak langsung menentukan sejauh mana sumber daya, kemampuan, dan kompetensi inti organisasi dapat diperluas dan ditingkatkan.

Dalam pengembangan bisnis, keberhasilan sangat bergantung pada kemampuan para pengusaha dan manajemennya dalam operasi bisnis sehari-hari. Seperti yang dikemukakan oleh Schumpeter, pengembangan adalah proses perubahan yang spontan dan terputus-putus yang terus-menerus mengubah dan menggantikan kondisi keseimbangan sebelumnya. Pandangan ini menekankan pentingnya bagi para pengusaha untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi agar tetap relevan dan mendorong pertumbuhan. Dengan demikian, strategi perusahaan tidak hanya tentang merumuskan tujuan jangka panjang, tetapi juga tentang bagaimana perusahaan dan individu di dalamnya dapat terus mengembangkan kemampuan dan beradaptasi dengan perubahan untuk mencapai keunggulan kompetitif dan pertumbuhan berkelanjutan.

Pengembangan usaha kecil ditujukan untuk mengurangi kemiskinan, ketimpangan sosial, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan ekspor, dan menghidupkan kembali sektor pertanian dan pedesaan, yang menjadi fokus utama pembangunan nasional. Diharapkan dapat berperan penting dalam menciptakan peluang kerja, meningkatkan ekspor, dan meningkatkan daya saing. Sementara itu, pengembangan usaha mikro bertujuan untuk meningkatkan pendapatan bagi masyarakat berpenghasilan rendah, terutama di sektor pertanian dan pedesaan. Sumadi & Fitria (2020) menekankan pentingnya penguatan sektor usaha kecil sebagai solusi untuk tantangan ekonomi nasional.

Namun, implementasi usaha kecil di Indonesia sering menghadapi tantangan seperti produktivitas, nilai tambah, dan kualitas produk yang rendah. Meskipun menjadi penyedia utama lapangan kerja di Indonesia, kontribusinya terhadap *output* nasional relatif rendah. Hal ini disebabkan oleh produktivitas yang rendah, terutama pada usaha mikro dan sektor pertanian yang menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Produktivitas rendah ini juga tercermin dalam upah yang relatif rendah, karena biaya tenaga kerja sejalan dengan tingkat produktivitas.

Salah satu faktor utama yang menyebabkan rendahnya produktivitas adalah kurangnya penguasaan teknologi dan keterampilan kewirausahaan di kalangan usaha kecil. Pengembangan ini belum memberikan hasil optimal dalam meningkatkan kinerja mereka, sehingga mengakibatkan ketertinggalan daya saing global dibandingkan dengan negara-negara tetangga seperti Malaysia. Oleh karena itu, kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan produktivitas sangat penting bagi usaha kecil, bukan hanya karena ukurannya yang kecil, tetapi juga karena produktivitasnya yang rendah. Peningkatan produktivitas ini akan berdampak luas pada kesejahteraan Masyarakat.

Tim PKM memilih strategi *workshop* kewirausahaan sebagai pilihan utama karena strategi ini tidak hanya memberikan pendidikan tentang konsep dan prinsip dasar kewirausahaan, tetapi juga mengintegrasikan elemen-elemen yang dapat mendorong dan merangsang perempuan yang terlibat dalam usaha kecil untuk aktif berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi. Pendekatan ini memastikan bahwa peserta memperoleh pemahaman mendalam tentang langkah-langkah praktis dalam memulai dan mengembangkan bisnis, serta diperkenalkan dengan berbagai peluang yang dapat dikejar dengan memanfaatkan keahlian dan sumber daya mereka secara efektif.

Partisipasi dalam pelatihan ini sangat penting karena mereka sering menghadapi tantangan unik dalam berwirausaha, seperti akses terbatas terhadap pendanaan, jaringan, dan dukungan dari komunitas. Dengan demikian, strategi pelatihan kewirausahaan tidak hanya mengembangkan keterampilan praktis tetapi juga memperkuat tekad dan dedikasi perempuan untuk memajukan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif. *Workshop* kewirausahaan ini memberikan pemahaman mendalam tentang strategi memulai dan mengembangkan usaha kecil, yang esensial untuk mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh para calon pengusaha. Melalui pendekatan praktis dan interaktif, peserta *workshop* akan dibekali dengan pengetahuan tentang perencanaan bisnis, manajemen keuangan, pemasaran, serta aspek hukum dan administratif yang relevan dalam menjalankan usaha kecil.

*Workshop* kewirausahaan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan informasi di bidang kewirausahaan dengan berbagai materi yang komprehensif, seperti penumbuhan ide bisnis, solusi untuk masalah dalam merintis usaha, serta peningkatan motivasi dan kepercayaan diri dalam memulai usaha kecil. Dengan diselenggarakannya kegiatan pelatihan kepada masyarakat ini, diharapkan peserta dapat memperoleh pengetahuan mendalam tentang kewirausahaan. Selain itu, *workshop* ini juga bertujuan untuk membekali peserta dengan keterampilan praktis yang diperlukan dalam dunia bisnis. Materi yang diberikan mencakup teknik-teknik pemasaran, manajemen keuangan, penggunaan teknologi digital untuk bisnis, serta strategi pengembangan produk dan layanan. Peserta akan diajarkan bagaimana mengidentifikasi peluang pasar, merancang rencana bisnis yang efektif, dan mengelola risiko usaha.

Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan masyarakat tidak hanya mendapatkan pengetahuan teoritis, tetapi juga mampu mengaplikasikan keterampilan yang diperoleh dalam mengelola dan mengembangkan usaha mereka. Ini akan membantu meningkatkan daya saing usaha kecil di tingkat lokal dan nasional, serta memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian setempat. *Workshop* ini juga berfungsi sebagai *platform* bagi peserta untuk berbagi pengalaman, membangun jaringan bisnis, dan mendapatkan bimbingan dari para ahli di bidang kewirausahaan. *Workshop* ini tidak hanya mengajarkan keterampilan tradisional dalam berbisnis, tetapi juga mengintegrasikan strategi digital dan pemanfaatan *platform online* sebagai sarana untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing usaha kecil di era digital ini.

Partisipasi aktif dari berbagai pemangku kepentingan yang sudah berpengalaman, dan pendukung ekosistem kewirausahaan lokal menjadi kunci keberhasilan *workshop* ini. Dengan kolaborasi yang kuat antara pelaku ekonomi mikro dan menengah serta pemangku kebijakan, *workshop* kewirausahaan dapat menjadi wahana untuk menggalang komunitas, saling bertukar pengalaman, dan menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Selanjutnya, *workshop* ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan jumlah dan kualitas usaha kecil di Indonesia, serta membantu menciptakan lapangan kerja yang lebih luas dan berdaya saing. Melalui implementasi strategi praktis yang dipelajari dalam *workshop*, diharapkan peserta dapat menginspirasi dan membawa perubahan positif dalam skala kecil dan menengah di komunitas mereka masing-masing.

## METODE PELAKSANAAN

Metode pengabdian dalam kegiatan PKM ini dilakukan melalui penyuluhan dan pelatihan. Tahap pertama melibatkan perencanaan, di mana tim pelaksana mengundang pelaku usaha kecil dari salah satu desa di Karawang. Setelah itu, tim menetapkan bahwa sasaran pelatihan adalah para pelaku usaha di desa tersebut. *Workshop* ini dilaksanakan dalam satu sesi tatap muka yang berfokus pada kewirausahaan. Tujuan dari materi ini memotivasi peserta agar menjadi wirausaha. Pada tahap ini, tim pelaksana juga bertujuan untuk menilai pemahaman peserta melalui umpan balik berupa pertanyaan-pertanyaan setelah mereka menerima pengetahuan tentang kewirausahaan, strategi bisnis, pemasaran produk unggulan, serta proses dan manfaat penyusunan laporan keuangan.

Pelatihan bisnis juga mencakup materi praktis tentang cara membuka toko *online*, yang didemonstrasikan langsung. Tujuan dari program PKM ini adalah agar peserta menjadi wirausaha yang memanfaatkan pemasaran elektronik dan mampu menjual produk mereka untuk meningkatkan pendapatan keluarga. Selain itu, *workshop* ini dirancang untuk memberikan peserta keterampilan praktis yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis *online*. Peserta akan diajari cara menggunakan *platform e-commerce*, mengelola inventaris secara efektif, dan menerapkan teknik-teknik pemasaran digital yang efisien. Dengan demikian, diharapkan peserta dapat meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang lebih luas.

Pada tahap akhir kegiatan, dilakukan evaluasi untuk menilai kesuksesan keseluruhan dari program pelatihan. Evaluasi bertujuan untuk memastikan bahwa tujuan program tercapai dan bahwa peserta mampu mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang mereka peroleh. Evaluasi juga mencakup penilaian terhadap peningkatan pendapatan peserta dan kesejahteraan keluarganya sebagai indikator dampak dari program ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan dan *workshop* kewirausahaan untuk pemilik usaha kecil di salah satu kelurahan di Karawang diselenggarakan di Aula Serbaguna. Tujuan utama dari program ini adalah memberikan wawasan kepada peserta mengenai pemasaran produk secara umum dan meningkatkan pemahaman mereka tentang kewirausahaan, dengan tujuan mendukung kesuksesan mereka sebagai pengusaha. Selama *workshop*, peserta diberikan instruksi mengenai berbagai strategi pemasaran produk yang dirancang untuk memperluas jangkauan pasar secara efektif. Mereka mempelajari teknik identifikasi pasar potensial, pembuatan kampanye pemasaran yang efisien, dan pemanfaatan *platform* digital untuk promosi produk.

Selain itu, *workshop* juga mencakup konsep dan prinsip dasar kewirausahaan, seperti pengembangan ide bisnis, manajemen risiko, dan strategi untuk meningkatkan daya saing dalam lingkungan pasar yang kompetitif. Peserta didorong untuk mempertimbangkan semua aspek yang terlibat dalam memulai dan mengoperasikan usaha kecil mereka dengan sukses. Tujuan utama dari *workshop* ini adalah untuk memberikan peserta pengetahuan dan keterampilan praktis yang memungkinkan mereka mengembangkan dan mengelola usaha kecil mereka dengan lebih efektif. Inisiatif ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan keluarga peserta tetapi juga untuk memperkuat ekonomi lokal dengan mendukung sektor usaha mikro dan kecil di Karawang.

Para peserta menghadapi tantangan dalam pemasaran seperti kesulitan mencari lokasi penjualan, memperluas pasar, kurangnya pengetahuan tentang promosi, dan kebutuhan untuk pengembangan produk yang lebih baik. Selama sesi pelatihan, peserta memahami pentingnya kemasan produk. Kemasan tidak hanya menambah nilai pada produk itu sendiri tetapi juga meningkatkan daya tariknya bagi konsumen, selain dari kualitas produk yang ada. Selain membahas pertimbangan kemasan, *workshop* ini juga mengcover strategi pemasaran produk secara komprehensif. Saluran promosi menawarkan cakupan global yang luas, melampaui batasan geografis.

Selama sesi pelatihan, peserta juga diajarkan tentang pentingnya kemasan produk sebagai nilai tambah yang dapat meningkatkan daya tarik produk bagi konsumen. Selain itu, mereka diperkenalkan kepada berbagai strategi pemasaran produk secara komprehensif yang mencakup saluran promosi dengan cakupan global yang luas, melampaui batasan geografis. Peserta dipandu dalam menggunakan berbagai media promosi seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, Line, dan YouTube.

Selain itu, mereka mendapatkan panduan tentang cara menggunakan berbagai *platform e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, dan lain-lain untuk penjualan produk. Sebagai hasilnya, pelatihan ini membekali peserta dengan pengetahuan dan keterampilan yang penting untuk menyempurnakan pendekatan pemasaran mereka dan mengoptimalkan penjualan produk melalui penggunaan yang efektif dari media sosial dan *platform online*, sehingga memperluas jangkauan pasar mereka.

Melalui pengenalan berbagai pilihan media promosi, para pengusaha usaha kecil diharapkan dapat mengatasi tantangan pemasaran dengan efektif. Selain masalah pemasaran, tantangan finansial yang signifikan mencakup manajemen keuangan yang bercampur antara pribadi dan bisnis, modal yang tidak mencukupi, serta kesulitan dalam menjalin hubungan dengan lembaga keuangan atau bank. Sesi kedua dari program pelatihan kewirausahaan berfokus pada peningkatan keterampilan kewirausahaan

yang sudah dimiliki oleh operator usaha kecil. Tujuannya adalah untuk memanfaatkan setiap kesempatan yang ada guna mencapai hasil optimal. Pada sesi ketiga, diskusi berpusat pada eksplorasi berbagai peluang berdasarkan kemampuan masing-masing peserta. Para peserta diperkenalkan dengan konten yang mengejutkan selama pelatihan, terutama mengenai pemasaran produk seperti bandana bayi dan strategi penjualan *online*, yang penting bagi mereka yang ingin mengembangkan usaha mikro dan kecil yang sudah mereka jalankan sebelumnya.



**Gambar 1** Contoh gambar *workshop* bersama peserta

Sesi akhir dari pelatihan tersebut melibatkan respons dan evaluasi dari para peserta terkait dengan materi yang telah disampaikan. Beberapa peserta mengungkapkan bahwa mereka merasa pelatihan ini memberikan pengalaman yang berbeda dibandingkan dengan pelatihan sebelumnya. Mereka mengapresiasi pendekatan yang lebih interaktif di mana mereka lebih banyak terlibat dalam diskusi dan pemecahan masalah langsung terkait dengan bisnis mereka. Hal ini berbeda dengan pengalaman sebelumnya yang lebih sering terdiri dari sesi-sesi ceramah yang kurang interaktif.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pengetahuan peserta mengalami peningkatan yang signifikan setelah mengikuti pelatihan ini. Mereka juga melaporkan bahwa pemahaman mereka tentang berbagai aspek bisnis, termasuk strategi pemasaran dan manajemen usaha, semakin mendalam. Pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan praktis, tetapi juga meningkatkan kesiapan mereka dalam menghadapi tantangan yang ada di dunia usaha. Dengan demikian, mereka merasa lebih siap untuk mengembangkan usaha kecil mereka lebih lanjut dan meningkatkan kinerja bisnis mereka secara keseluruhan.

## **KESIMPULAN**

*Workshop* kewirausahaan menjadi strategi efektif dalam mendukung individu dalam memulai dan mengembangkan usaha kecil. Peserta tidak hanya mendapatkan pemahaman tentang konsep dasar kewirausahaan, tetapi juga aktif terlibat dalam mengembangkan ide bisnis mereka. Materi yang diajarkan mencakup aspek-aspek seperti penumbuhan ide bisnis, penyelesaian masalah, strategi pemasaran, dan manajemen usaha. Selain itu, *workshop* ini memberikan kesempatan bagi peserta untuk belajar dari pengalaman praktis dan pengetahuan yang dibagikan oleh ahli dan praktisi bisnis. Interaksi langsung ini tidak hanya memungkinkan peserta untuk memperluas jaringan, tetapi juga untuk membangun komunitas yang mendukung, yang dapat menjadi sumber inspirasi dan dukungan dalam perjalanan mereka sebagai pengusaha.

Secara keseluruhan, tujuan *workshop* kewirausahaan adalah tidak hanya meningkatkan keterampilan praktis dan pengetahuan peserta dalam mengelola usaha kecil, tetapi juga untuk memotivasi dan meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam menghadapi tantangan bisnis. Dengan demikian, *workshop* ini memiliki peran penting dalam membentuk landasan yang kokoh bagi calon wirausaha untuk mencapai kesuksesan dalam memulai dan mengembangkan usaha kecil mereka. Pelatihan wirausaha menjadi sangat diperlukan bagi pelaku usaha kecil, yang sering kali terbatas pada

produk-produk yang umum. Mereka perlu diarahkan untuk melihat usaha mereka dari perspektif baru, yang pada akhirnya dapat membuka wawasan dan menghasilkan inovasi produk yang baru. Saran untuk kegiatan selanjutnya adalah melanjutkan pelatihan lanjutan, sosialisasi lebih lanjut tentang pemasaran *online*, serta pelatihan mengenai manajemen saluran distribusi produk untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha kecil mereka.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, A. Z., & Dharma, M. B. (2017). Strategi pengembangan usaha mikro kecil menengah dinas koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan. In *Prosiding Seminar Ilmiah Nasional* (Vol. 9, pp. 461-475).
- Dalimunthe, R. F., & Lubis, A. N. (2020). Pengembangan usaha kecil makanan pada komunitas perempuan di Kecamatan Tanjung Morawa Kota Deli Serdang. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 3, 1-066.
- Dewi, M. W., Kusuma, I. L., Kristiyanti, L. M. S., Fitria, T. N., & Budiyo, B. (2022). Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pelaku UMKM di Kecamatan Tasikmadu Karanganyar. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 26-31.
- Harefa, M. (2015). Masalah dan Tantangan Implementasi Program Kredit Usaha Rakyat di Provinsi Sulawesi Selatan dan Jawa Tengah. *Jurnal Kajian*, Vol. 20 No. 4, Desember, hlm. 343-366.
- Ikhsani, M. M., & Santoso, S. E. B. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Banyumas. In *Prosiding Seminar Nasional Lppm Ump* (Vol. 2, pp. 452-457).
- Irawati, R. (2018). Pengaruh pelatihan dan pembinaan terhadap pengembangan usaha kecil. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 12(1), 74-84.
- Kusuma, I. L., Fitria, T. N., & Dewi, M. W. (2021). Pelatihan Kewirausahaan Sebagai Peluang Bisnis Untuk Generasi Milenial di Soloraya Selama Masa Pandemi Covid-19. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 315-321.
- Moita, S., Kasim, S. S., & Sarmadan, S. (2021). Pelatihan Kewirausahaan Bagi Perempuan Pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) Terdampak Pandemi covid-19. *Jurnal Abdidias*, 2(2), 263-272.
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents dan Consequences. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, Vol. 19, No. 3, hlm. 187-196.
- Mulyana., & Nandang, Ishartono. (2018). Pelatihan Wirausaha Bagi Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Di Desa Sakerta Barat Dan Sakerta Timur Kecamatan Darma Kabupaten Kuningan. *Prosiding KS Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Departemen Kesejahteraan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjajaran*.
- Mursalin, Adi. (2020). *E-Marketing*. Yogyakarta: Deepublish
- Nandang M dan Ishartono. (2018). Pelatihan Wirausaha Bagi Pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Desa Sakerta Barat dan Sakerta Timur Kecamatan Darma Kabupaten Kuningan. *Jurnal Penelitian dan PPM*. Vol.5 No.1. hal.33-34.
- Noor, Z. Z., Noor, Z. Z., SH, S., MH, M., & Kn, M. (2019). *Model Pemasaran Sinergisitas Human Capital dan Teknologi Digital*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sumadi, S., & Fitria, T. N. (2020). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Manajemen Organisasi di Karang Anom Klaten. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2).
- Suryaman. (2015). Model Kurikulum Berbasis Wirausaha Sebagai Upaya Penguatan Pendidikan Berbasis Multibudaya di Sekolah Dasar. *Sosio Humanika*, Vol 8, No. 1, May, hlm. 77-88.
- Widayati, E., Yunaz, H., Rambe, T., Siregar, B. W., Fauzi, A., & Romli, R. (2019). Pengembangan kewirausahaan dengan menciptakan wirausaha baru dan mandiri. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 6(2).
- Yuniarti, A., Nurwana, A., & Jamaluddin, A. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pelaku Umkm Di Kelurahan Pammana Kabupaten Wajo. *Arunika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 34-40.