



Upaya Meningkatkan Motivasi Berwirausaha yang Berbasis Online pada Masyarakat Desa Tanjakan

Roikhan Mochamad Aziz², Dhiyaul Haq², Meilani³ dan Sekar Aini Zahroh⁴

Keywords :

Motivasi;
Wirausaha;
Teknologi;
Media Sosial

Correspondensi Author

UIN Syarif Hidayatullah
Jakarta; Jl. Ir H. Juanda
No.95, Cemp. Putih, Kec.
Ciputat, Kota Tangerang
Selatan, Banten 15412;
Email:
Hahslm.study@gmail.com

History Article

Received: 17-11-2019;
Reviewed: 11-12-2019;
Revised: 25-01-2020;
Accepted: 3-01-2020 ;
Published: 25-03-2020.

Abstrak. Tingkat pengangguran di Indonesia terbilang cukup banyak, banyak faktor yang menyebabkannya, salah satunya kurang mampunya masyarakat bersaing didunia pekerjaan. Tujuan penelitian ini untuk memperkenalkan dan memotivasi warga mengenai cara berwirausaha dengan memanfaatkan teknologi yang serang terus-menerus berkembang. Penelitian ini dilakukan di Desa Tanjakan Kecamatan Rajeg Kabupaten Tangerang Banten. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Subjeknya adalah masyarakat Tanjakan itu sendiri. Dari penelitian ini dapat diketahui bahwa antusias warga terkait berwirausaha melalui media online sangatlah baik, namun dikarenakan minimnya pemahaman terkait cara berwirausaha dengan pemanfaatan teknologi inilah yang membuat warga kurang berani untuk memulai suatu usaha.

Abstract. The level of acceptance in Indonesia is quite large, many factors cause it, one of them less able to compete in the world of work. The purpose of this study is to introduce and motivate citizens about entrepreneurship by using technology that is being developed continuously. This research was conducted in Tanjakan Village, Rajeg District, Tangerang Regency, Banten. The method used is descriptive qualitative. The subject is the Tanjakan community itself. From this research, it can be seen that what is related to related citizens through online media, both, but minimation, understands how to do entrepreneurship using technology that makes citizens less courage to start a business.

PENDAHULUAN

Susahnya mendapatkan lapangan kerja masih menjadi salah satu permasalahan di Indonesia. Menurut pusat badan statistik yang terlampir pada laman resminya No. 91/11/Th. XXII, 05 November 2019, bahwa Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) pada bulan Agustus 2019 sebesar 5,28 %. Angka tersebut tidaklah sedikit, masih banyak masyakat yang tidak dapat bersaing dilingkungan pekerjaan baik Pegawai Negeri Sipil (PNS) atau di perusahaan swasta. Oleh karena itu perlunya membuka lapangan pekerjaan sendiri dengan cara berwirausaha. Penciptaan wirausaha

(*entrepreneur*) menjadi alternatif solusi atas berbagai masalah di masyarakat seperti kemiskinan dan kesenjangan sosial, meningkatnya pengangguran usia produktif dan menipisnya cadangan pasokan energi, yang kesemuanya menuntut adanya tindakan kreatif dan inovatif (Marti'ah, 2017).

Menurut Basrowi dalam (Vernia, Suprpto, & Supandi, 2018) Kewirausahaan berasal dari kata wira dan usaha. Wira, berarti pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan berbudi luhur, gagah berani dan berwatak agung. Usaha, berarti perbuatan amal, bekerja, berbuat sesuatu. Sehingga, wirausaha adalah atau pahlawan yang berbuat sesuatu. Sedangkan

menurut Buchari dalam (Vernia et al., 2018) bahwa kewirausahaan adalah proses dinamik untuk menciptakan tambahan kemakmuran. Tambahan kemakmuran ini diciptakan oleh individu wirausaha yang menanggung resiko, menghabiskan waktu dan menyediakan berbagai produk barang dan jasa. Barang dan jasa yang dihasilkan boleh saja bukan merupakan produk baru tetapi mesti mempunyai nilai yang baru dan berguna dengan memanfaatkan *skills* dan *resources* yang ada. Jadi berwirausaha merupakan salah satu cara yang bisa dilakukan untuk menambah pemasukan secara ekonomi bahkan dapat membuat lapangan pekerjaan bagi orang lain. Wirausaha tidak hanya menawarkan barang namun juga jasa yang mempunyai nilai, inovatif, mudah diterima konsumen, dan berguna tentunya.

Berwirausaha memiliki banyak sekali manfaat, seperti yang terdapat di dalam artikel (Saragih, 2017) yang ia kutip dari Thomas W. Simmerer et al, bahwa berwirausaha memberikan peluang atau sebuah kebebasan dalam mengendalikan nasibnya sendiri, peluang melakukan sebuah perubahan, peluang mencapai potensi diri sepenuhnya, peluang meraih keuntungan seoptimal mungkin, berperan aktif dan mendapat pengakuan dalam masyarakat atas usahanya, dan dapat melakukan sesuatu yang disukainya dalam mengerjakan apapun. Atau bisa lebih disederhanakan bahwa dengan berwirausaha tidak terikat dengan waktu dan orang yang lebih ditinggikan. Namun, berwirausaha tetap harus ada aturan-aturan yang perlu dipahami agar tidak merugikan pihak lain.

Jumlah kewirausahaan di Indonesia didominasi oleh wanita sebesar 60%. Sebagian besar dari wirausahawan wanita tersebut bergerak di bidang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Sebagian lainnya, menciptakan suatu inovasi maupun pengembangan dari bisnis yang telah ada sebelumnya (Austhi, 2017).

Namun yang menjadi permasalahannya, banyak sekali masyarakat yang mempunyai keinginan untuk membuka suatu usaha tetapi tidak banyak dari mereka yang benar-benar mewujudkannya. Banyak faktor yang menjadi penyebab seseorang gagal untuk memulai berwirausaha, seperti; motivasi yang kurang, merasa takut untuk memulai sebuah usaha karena selalu berpikiran yang terburuk terlebih dahulu, sulit menentukan produk atau jasa apa yang layak jual dan laku dipasaran, modal yang dirasa terlalu besar atau tidak memiliki modal sama sekali, dan

masih banyak lagi. Bagi mereka yang sudah berani untuk memulai untuk berwirausaha pun masih banyak sekali hambatan yang membuat usahanya berjalan tidak semestinya, seperti; akses pemasaran, produk atau jasa yang sepi akan konsumen karena dirasa kurang menjual di pasaran, semakin banyaknya pesaing, dan lain-lain.

Terdapat empat masalah pokok dalam pengembangan kewirausahaan nasional, terutama sektor kecil, dan menengah, diantaranya adalah terkait dengan akses pembiayaan, akses pemasaran, regulasi birokrasi, dan kapasitas UKM. Upaya peningkatan kapasitas wirausaha, pemerintah berupaya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam kewirausahaan dengan tiga tahap, yaitu pembibitan, penempatan, dan pengembangan (Sukirman, 2017).

Sebelum ke masalah-masalah di atas, seorang wirausahawan perlu memiliki minat terlebih dahulu dalam berwirausaha. Minat merupakan suatu kesukaan atau keinginan pada suatu objek, sehingga menimbulkan suatu tindakan yang dilakukan didasarkan pada keinginan atau kesukaan tersebut. Menurut Novitasyari, Setiawati, & Rahmawati (2017) dalam artikel yang ia muat minat adalah seseorang yang menaruh minat tertentu pada sebuah objek dan menyenangkan hal tersebut. Oleh karena itu perlunya motivasi untuk membangkitkan minat masyarakat untuk memulai berwirausaha. Hal ini didukung oleh (Rosmiati, Junias, & Munawar, 2015) sikap, motivasi dan minat sangat dibutuhkan untuk mengidentifikasi peluang usaha yang akan dilakukan. Menurut Sarosa dalam (Rosmiati et al., 2015) motivasi adalah suatu dorongan dari dalam diri seseorang yang mendorong orang tersebut untuk melakukan sesuatu, termasuk menjadi *young entrepreneur*.

Motivasi dirumuskan sebagai dorongan, baik diakibatkan faktor dari dalam maupun luar karyawan, untuk mencapai tujuan tertentu guna memenuhi atau memuaskan suatu kebutuhan untuk lancarnya usaha tersebut. Peran motivasi dalam berwirausaha dapat dianalogikan sebagai bahan bakar penggerak mesin. Motivasi berwirausaha yang memadai akan mendorong untuk berperilaku aktif dalam berwirusaha, tetapi motivasi yang terlalu kuat justru dapat berpengaruh negatif terhadap keefektifan usaha tersebut (Aidha, 2016). Sehingga dengan adanya motivasi terlebih dahulu baru lah timbulnya rasa ingin tahu dan melakukan. Untuk mencapai pada

tahapan melakukan atau mencoba berwirausaha tentunya membutuhkan motivasi dan usaha yang lebih banyak.

Menurut (Slamet, 2016) meningkatkan motivasi dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu; mengikuti kelas bisnis, sharing usaha, kunjungan usaha, pelatihan kewirausahaan, seminar dan workshop kewirausahaan. Selain itu motivasi lainnya dapat berupa; 1) peningkatan pendapat, keadaan ekonomi masih mejadi faktor paling utama bagi seseorang untuk memulai berwirausaha, yang mana setiap dari mereka bertujuan untuk memperbaiki perekonomian keluarga; 2) Kemandirian/Otonomi (*Independent*); 3) *Recognition*; 4) *Challenge*; 5) *Excitement*; 6) *Growth (Intrinsic)*; 7) Keamanan Keluarga (*Assured Future*) (Austhi, 2017).

Masalah-masalah pokok pada pengembangan kewirausahaan seperti pembiayaan, pemasaran, regulasi dan kapasitas yang telah dipaparkan di atas, bisa dipermudah salah satunya dengan *technopreneur*. Menurut Marti'ah (2017) *Technopreneur* merupakan bagian dari perkembangan berwirausaha (*entrepreneur*) yang memberikan gambaran berwirausaha dengan menggunakan inovasi basis teknologi. Konsep *technopreneur* didasarkan pada basis teknologi yang dijadikan sebagai alat berwirausaha, misalnya munculnya bisnis aplikasi online, bisnis security system, dsb.

Seperti yang kita tahu sekarang sudah menjamur usaha berbasis teknologi khususnya aplikasi online dan usaha online yang memanfaatkan media sosial, konsep ini biasanya juga disebut dengan konsep *e-commerce*, yang mana barang dan jasa bisa dibeli melalui internet. Masyarakat Indonesia sendiri sudah tidak asing dengan dengan internet, bahkan internet sudah bisa dikatakan sebagai kebutuhan pokok yang tidak boleh lepas dari keseharian masyarakat. Internet sendiri memiliki banyak manfaat bagi pemasaran dalam berwirausaha, seperti yang dikatakan oleh Jati & Yuliansyah (Jati & Yuliansyah, 2017) internet membuat kinerja suatu perusahaan menjadi efektif dan efisien dibandingkan dengan pemasaran biasa, sehingga meningkatkan kinerja perusahaan atau toko, yang mana dapat menambah penghasilan dan meminimalisis kesalahan yang disebabkan oleh faktor manusia. Hal ini didukung oleh Grandon & Pearson dalam (Situmeang, 2018) aktifitas bisnis secara elektronik yang kerap disebut dengan *e-business* atau *e-commerce*, telah memberikan beberapa kemudahan baik bagi

pihak produsen, penjual maupun bagi pembeli ataupun customers.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi menyebabkan gaya hidup masyarakat menjadi lebih konsumtif dan serba cepat. Perubahan gaya hidup yang lebih konsumtif dapat dilihat dari kecenderungan masyarakat dalam beraktivitas di dunia maya seperti berbelanja secara online. Teknologi yang semakin canggih mengakibatkan adanya perubahan pola pikir masyarakat yang cenderung tradisionalistik menjadi serba modern. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat cepat ditandai dengan sudah semakin meluasnya penggunaan internet yang dapat diakses di seluruh dunia (Selwendri & Siregar, 2018).

Internet memberikan keuntungan bagi produsen dalam memperkenalkan produk baru kepada calon konsumen, memasarkan produknya secara cepat dan dapat meminimalisis biaya. Sedangkan bagi konsumen, internet mempermudah konsumen dalam mendapatkan produk yang diinginkan dengan cepat, dapat menghemat waktu dan tenaga serta menimbulkan rasa senang dan nyaman. Teknologi, internet dan media sosial merupakan satu kesatuan yang saling terkait atau berhubungan dan menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi kalangan masyarakat saat ini (Selwendri & Siregar, 2018).

Sosial media menjadi perangkat atau alat pemasaran interaktif, pelayanan, membangun komunikasi dengan pelanggan dan calon pelanggan, serta sebagai alat untuk menjual dan membeli produk secara online. Sosial media dapat diakses oleh siapapun, golongan masyarakat manapun, selama mereka mempunyai perangkat yang dapat digunakan untuk mengakses sosial media tersebut (Selwendri & Siregar, 2018). Jadi media sosial dapat dimanfaatkan untuk menjadi media pemasaran, apalagi dengan gaya hidup masyarakat sekarang yang cenderung konsumtif dan serba instan.

Media untuk berwirausaha dengan basis teknologi banyak sekali seperti, google+, blog, aplikasi *e-commerce* sekarang sudah bermacam-macam, media sosial (facebook, instgram, twitter, snapchat, dsb). Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa contohnya antara lain, jejaring sosial, blog, wiki, youtube, dan lain-lain. Melalui media sosial, setiap orang bisa membuat,

menyunting sekaligus mempublikasikan sendiri konten berita, promosi, artikel, foto, dan video. Selain lebih fleksibel dan luas cakupannya, lebih efektif dan efisien, cepat, interaktif, dan variative (Suryani, 2015).

Berdasarkan survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pertumbuhan yang pesat tersebut dapat digolongkan menjadi beberapa kategori diantaranya pengguna Internet sekitar 51% dari total penduduk Indonesia yang sebesar 256 juta jiwa dengan sebaran terbanyak berada di Jawa dengan jumlah mencapai 86 juta atau sekitar 60% dari total penggunaan Internet. Bagi pemilik bisnis online tentunya data tersebut merupakan sasaran pasar yang menggiurkan, mengingat mayoritas pengguna Internet selain mereka aktif dalam media sosial, mereka juga aktif dalam perdagangan online (*e commerce*) (Prastya Nugraha & Wahyuhastuti, 2017). Data tersebut merupakan data tahun 2017, yang berarti pada tahun 2019 pengguna internet jauh lebih banyak.

Berbisnis atau berwirausaha dengan memanfaatkan teknologi-teknologi yang sudah tidak asing lagi bagi masyarakat dapat sangat mempermudah dan membantu pemasaran. Seseorang yang menjalankannya hanya perlu memiliki inovasi dan kreativitas yang lebih dan tentunya bisa mengoperasikan media sosial atau aplikasi yang lainnya yang masih terkait dengan media pemasaran berbasis online. Keuntungan usaha berbasis online ini sendiri bisa dilakukan hanya dirumah saja tanpa harus menyediakan sebuah ruko yang akan menambahkan biaya operasional bagi mereka yang tidak memiliki modal besar, selain itu juga memudahkan interaksi antara produsen dan konsumen. Tidak hanya produsen, konsumen pun memiliki banyak keuntungan yang mana dapat dengan mudah memilih barang yang diinginkan. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa berbisnis di era digital ini sangatlah mudah dan tidak lagi ada alasan untuk tidak memulai berwirausaha.

Dalam rangka meningkatkan pembangunan ekonomi khususnya di Desa Tanjakan Kecamatan Rajeg Kabupaten Tangerang Banten, kelompok KKN Hahslm Mandalikan UIN Jakarta 2019 membuat upaya meningkatkan motivasi berwirausaha yang berbasis online. Hal ini bertujuan agar masyarakat bisa memperkenalkan produk-produk yang ada didalam Desa Tanjakan kepada warga sekitar atau yang berada diluar Desa Tanjakan. Selain itu, kegiatan ini bertujuan untuk memperdayakan masyarakat dan memanfaatkan

sumber daya yang ada di Desa agar memiliki nilai lebih.

Desa Tanjakan kebanyakan berprofesi sebagai buruh pabrik dan ibu rumah tangga. Di daerah ini belum ada suatu produk unggulan desa yang dirasa bisa dipasarkan dikarenakan masyarakat yang dominan bekerja di pabrik. Ada beberapa usaha yang mereka jalankan dan itu pun hanya dipasarkan di depan rumah seperti, pakan ternak, bibit tanaman, pupuk, pembuatan sangkar burung dan lain-lain. Oleh karena itu dirasa perlunya melakukan sosialisasi dengan cara memotivasi warga desa Tanjakan agar usahanya lebih berkembang dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Oleh karena itu peneliti ingin membangkitkan motivasi berwirausaha masyarakat dengan usaha berbasis online yang sangat mudah untuk diaplikasikan.

METODE

Literasi kewirausahaan berbasis online adalah salah satu rangkaian dari kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Tanjakan, Kabupaten Tangerang, Banten. Subjeknya merupakan masyarakat Desa Tanjakan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan model penyuluhan tatap muka, yang mana narasumber memberikan motivasi dan pemahaman terlebih dahulu dan kemudian dilanjutkan dengan bagaimana memulai berwirausaha berbasis digital yang akan sangat memudahkan. Agar penyuluhan lebih dimengerti masyarakat maka dilakukan diskusi interaktif dengan tanya jawab, yang kemudian diakhiri dengan praktek langsung pembuatan media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Literasi Kewirausahaan ini dilaksanakan di Masjid Al-Ikhlas Perumahan Tanjakan Indah pada hari selasa tanggal 13 Agustus 2019 yang berlangsung mulai pukul 09.00 hingga 11.30 WIB. Terdapat empat narasumber yang ahli dibidangnya yang mana akan menyampaikan motivasi dalam berwirausaha dan memanfaatkan teknologi untuk mempermudahnya. Penyampaian motivasi ini dilakukan dengan penyuluhan tatap muka, dimana penyampaian motivasi bias dilakukan dengan penyuluhan ataupun dimasukkan dalam pembelajaran di sekolah, tergantung subjek yang ingin dituju.

Penyuluhan ini diikuti oleh \pm 50 orang peserta, ibu rumah tangga merupakan peserta dengan jumlah paling dominan pada kegiatan ini. Seperti yang telah dijelaskan bahwa masyarakat desa Tanjakan banyak yang berprofesi sebagai buruh pabrik dan ibu rumah tangga. Yang mana akan sangat bermanfaat bagi ibu rumah tangga, saat kewajiban mengurus rumah sudah terpenuhi bisa mengisi waktu luang dan membantuh serta menambah perekonomian rumah tangga dengan berwirausahaan, apa lagi hanya dengan memanfaatkan smartphone yang mereka miliki.

Beberapa hal yang disampaikan pada penyuluhan kali ini adalah sebagai berikut; (a) Bagaimana memotivasi diri untuk memulai berwirausaha; (b) Cara memilih produk yang mudah diterima pasar; (c) Strategi menangkap peluang usaha, baik bagi yang belum memiliki usaha sebelumnya atau sudah memiliki; (d) Menyusun rencana usaha yang akan dilakukan; (e) Mengetahui resiko berwirausaha serta siap dengan semua resiko tersebut; (f) Cara mengembangkan usaha; (g) Teknik menjalankan usaha berbasis online dengan memanfaatkan sosial media atau situs-situs jual beli lainnya; (h) Bagaimana cara pemasarannya. Menurut (Nasir, Basalamah, Halim, & Kusuma, 2019) pemasaran jauh lebih luas dari pada arti penjualan. Pemasaran mencakup usaha perusahaan yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipuaskan, menentukan produk yang hendak diproduksi, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan cara-cara promosi dan penyaluran atau penjualan produk tersebut.

Penyuluhan ini lebih berfokus pada media sosial berupa Instagram dalam hal pemasaran barang, beberapa tips yang disampaikan agar dapat memulai usaha dengan memanfaatkan Instagram: (1) Carilah peluang disekitar yang dapat dijadikan jasa atau produk untuk memulai usaha; (2) Jasa atau produk diharapkan lebih inovatif sehingga bisa diterima oleh pasar dan semua kalangan; (3) Gunakan akun Instagram yang dikhususkan hanya untuk promosi dan penjualan produk saja; (4) Jangan satukan akun pribadi dengan akun untuk pemasaran produk karena akan menurunkan tingkat kepercayaan konsumen; (5) Carilah followers sebanyak-banyaknya agar konsumen percaya dengan barang atau jasa yang kita tawarkan; (6) Buatlah akun Instagram menjadi sangat menarik untuk menarik minat konsumen; (7) Lakukan pemasaran tidak hanya disatu media sosial saja atau bisa dilakukan di situs-situs

penjualan online yang lain; (8) Berikan testimoni agar meyakinkan konsumen bahwa produk yang ditawarkan berkualitas baik.



Gambar 1 Penyerahan Bingkisan kepada Narasumber



Gambar 2 Foto Bersama Tim PKM dengan Peserta

Berikut hasil dari kegiatan penyuluhan kali ini adalah: (a) Peserta dalam kegiatan kali ini melewati target dari yang diharapkan; (b) Peserta sangat antusias dengan materi yang disampaikan karena banyak dari mereka yang ingin memulai berwirausaha dengan memanfaatkan media sosial namun masih minim informasi; (c) Hasil dari penyuluhan ini langsung diterapkan oleh beberapa peserta dengan langsung membuat akun media sosial bagi mereka yang belum memiliki dan bagi yang telah memiliki akun langsung menerapkan cara yang telah disampaikan agar usaha mereka semakin berkembang.

Adapun keterbatasan jaringan internet untuk beberapa tempat di desa Tanjakan menjadi salah satu faktor penghambat bagi yang ingin berwirausaha berbasis online. Selain jaringan internet yang kurang bagus belum ada produk unggulan di desa Tanjakan yang bisa dijadikan sebagai usaha dan dinaikan nilai jualnya di pasaran.

SIMPULAN DAN SARAN

Pengetahuan tentang kewirausahaan di masyarakat terlebih kewirausahaan berbasis digital masih sangat terbatas. Seminar seperti ini

diharapkan sedikit banyak memberi pengetahuan kepada masyarakat bahwa terdapat banyak cara untuk berwirausaha. Salah satunya dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang semakin canggih. Wirausaha berbasis digital saat ini bukan hal yang istimewa lagi. Oleh karena itu literasi untuk berwirausaha berbasis digital sangat diperlukan agar para pegiat wirausaha tidak tertinggal oleh para wirausaha lainnya yang sudah memulai dengan basis digital terlebih dahulu.

Pengetahuan wirausaha berbasis digital dari seminar yang sudah dilaksanakan ini diharapkan dapat langsung diterapkan oleh masyarakat untuk membantu penjualan mereka. Karena melihat dari lokasi tempat pelaksanaan seminar, yaitu di Desa Tanjakan, masyarakat masih berwirausaha dengan teknik tradisional.

DAFTAR RUJUKAN

- Aidha, Z. (2016). *Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*. 1(June), 42–59.
- Austhi, D. (2017). Motivasi Berwirausaha dan Kesuksesan Berwirausaha pada Wirausahawan Wanita Anne Avante. *Agora*, 5(1).
- Jati, W., & Yuliansyah, H. (2017). *Pengaruh Strategi Pemasaran Online (Online Marketing Strategy) Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Online Shop Azzam Store)*. 1(1), 2598–2823.
- Marti'ah, S. (2017). Kewirausahaan Berbasis Teknologi (Technopreneurship) dalam Perspektif Ilmu Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Edutic*, 3(2), 75–82.
- Nasir, M., Basalamah, J., Halim, A., & Kusuma, P. (2019). *Kegiatan E-Marketing sebagai bentuk Kewirausahaan Dini Bagi Pelajar*. 1(April), 2–8.
- Novitasyari, W., Setiawati, T., & Rahmawati, Y. (2017). Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Boga Universitas Pendidikan Indonesia. *Media Pendidikan, Gizi, Dan Kuliner*, 6(2), 81–93.
- Prastya Nugraha, A. E., & Wahyuhastuti, N. (2017). Start Up Digital Business: Sebagai Solusi Penggerak Wirausaha Muda. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v2i1.701>
- Rosmiati, R., Junias, D. T. S., & Munawar, M. (2015). Sikap, Motivasi, Dan Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 17(1), 21–30. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.21-30>
- Saragih, R. (2017). Membangun Usaha Kreatif, Inovatif Dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan. *Jurnal Kewirausahaan*, 3(DESEMBER), 26–34. Retrieved from <http://jklmii.org>
- Selwendri, & Siregar, O. M. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Peluang Usaha Kelompok Pemuda Karang Taruna Di Kelurahan Pulo Brayan. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Peluang Usaha Kelompok Pemuda Karang Taruna Di Kelurahan Pulo Brayan Bengkel Medan*, 3(2), 379–383.
- Situmeang, R. R. (2018). *Dampak Bisnis Online Dan Lapangan Pekerjaan Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Jasa Bisnis Online Transportasi Grab Di Kota Medan) Pergerakan Ilmu Pengetahuan sangat menentukan berubah atau tidaknya peradaban manusia , dimana manusi*. 03(September), 319–335.
- Slamet, R. (2016). *Membangun Motivasi Kewirausahaan Mahasiswa untuk Meningkatkan Kemandirian Di Studentpreneur Academy Yogyakarta*.
- Sukirman. (2017). Jiwa Kewirausahaan dan Nilai Kewirausahaan Meningkatkan Kemandirian Usaha melalui Perilaku Kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 117. <https://doi.org/10.24914/jeb.v20i1.318>
- Suryani, I. (2015). *Jurnal komunikasi, ISSN 1907-898X Volume 8, Nomor 2, April 2014*. 8(April 2014), 123–138.
- Vernia, D. M., Suprpto, H. A., & Supandi, A. (2018). *MATAPPA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Penyuluhan Pentingnya Minat Kewirausahaan Dalam*

*Membentuk Karakter Mandiri Siswa Smk
Insan Mulia dan SMP Azzuhriyah Kota
Bekasi. 1.*