e-ISSN 2797-8338
DOI 10.37481

Peningkatan Kreatifitas dan Kompetensi Wirausaha Berbasis Edukasi Ekspor pada UMKM Kota Depok

Vivi Iswanti Nursyirwan[1*], Sasmita Sari Ardaninggar[2], Nova Anggraini[3]

[1,2]Universitas Pamulang, Indonesia
[3]Universitas Gunadarma, Indonesia

dosen02226@unpam.ac.id[1*], dosen01532@unpam.ac.id[2], nova@staff.gunadarma.ac.id[3]

Submitted: 29th Jan 2025 | **Edited**: 03rd May 2025 | **Issued**: 01st July 2025

Cited on: Nursyirwan, V. I., Ardaninggar, S. S., & Anggraini, N. (2025). Peningkatan Kreatifitas dan Kompetensi Wirausaha Berbasis Edukasi Ekspor pada UMKM Kota Depok. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis, 5*(2), 383-392.

ABSTRACT

The Community Service Program (PKM) focuses on Creativity and Entrepreneurial Competence in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). MSMEs play a crucial role in Indonesia's economy, but the number of business actors is still low, around 3%, compared to developed countries with 10%. Creativity and entrepreneurial competence are essential for MSMEs to remain competitive in the global market. One of the main challenges is the low competence of human resources, which impacts creativity and business sustainability. This program aims to enhance knowledge of export processes, regulations, and product development strategies to help MSMEs compete internationally. By improving their knowledge and skills, entrepreneurs can open up export opportunities and contribute to national economic growth. The program, held every semester, results in national journal articles with ISSN for activity publications. Research findings indicate that MSME actors in Cipayung, Depok, gained additional insights into exporting and marketing their products abroad. Participants expressed a desire for the program to continue and for future assistance in PKM activities.

Keywords: Export Education, HR Competency, Business Creativity, MSME Competency

PENDAHULUAN

Kreativitas organisasi sangat penting bagi industri UMKM karena dapat memberikan keunggulan kompetitif, memungkinkan inovasi berkelanjutan, dan meningkatkan adaptabilitas terhadap perubahan pasar global (Nurhasanah, et al., 2023). Kreatifitas merupakan katalisator pembentuk inovasi. Kreatifitas, dan inovasi dalam suatu organisasi, merupakan aspek penting yang perlu ditumbuhkembangkan bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) jika ingin dapat berdaya saing di era industri yang penuh dengan volatilitas saat ini (Trihudiyatmanto, 2019). Studi (Nursyirwan et al., 2022) mengungkap bahwa kewirausahaan merupakan bagian dari solusi konkret sebagai

e-ISSN 2797-8338
DOI 10.37481

upaya memperoleh penghasilan. Menurut literatur internasional, kreativitas dalam organisasi UMKM memainkan peran penting dalam beberapa aspek berikut:

1. Mendorong Inovasi Produk dan Layanan

   Kreativitas di dalam organisasi UMKM memungkinkan perusahaan untuk menciptakan produk atau layanan baru yang dapat menarik perhatian pasar (Suhartini, et al., 2022). Dalam literatur internasional, inovasi dianggap sebagai hasil langsung dari proses kreatif yang memungkinkan UMKM untuk mengembangkan produk yang unik dan memenuhi kebutuhan pelanggan secara lebih baik. Contoh: UMKM yang memiliki budaya kreatif dapat dengan cepat merespon tren konsumen dengan inovasi produk baru, seperti desain produk yang ramah lingkungan atau solusi teknologi digital.

2. Adaptabilitas dan Respon Terhadap Perubahan Pasar

   Kreativitas membantu UMKM untuk menjadi lebih fleksibel dan responsif terhadap perubahan pasar, tren konsumen, dan gangguan eksternal. Di pasar global yang cepat berubah, kemampuan untuk beradaptasi melalui pendekatan kreatif merupakan kunci untuk bertahan hidup dan berkembang (Supardi, et al., 2021).

3. Peningkatan Daya Saing di Pasar Global

   Kreativitas memungkinkan UMKM untuk menciptakan diferensiasi produk dan layanan yang memberikan nilai tambah dibandingkan dengan pesaing. Di pasar internasional, daya saing UMKM sering kali bergantung pada kemampuan mereka untuk menawarkan produk yang berbeda dan lebih inovatif dibandingkan produk yang ditawarkan oleh pemain besar (Rosmadi, 2021). Contoh: Produk-produk fashion atau kerajinan tangan dari UMKM yang didasarkan pada kreativitas lokal dan warisan budaya sering kali diminati di pasar global karena keunikan dan nilai estetikanya.

4. Meningkatkan Motivasi dan Produktivitas Karyawan

   Menurut (Amabile et al., 2004) budaya organisasi yang mendukung kreativitas dapat meningkatkan motivasi dan kepuasan karyawan. Karyawan yang merasa memiliki ruang untuk bereksperimen dan berinovasi cenderung lebih terlibat dalam pekerjaan mereka, yang pada gilirannya meningkatkan produktivitas. Dalam konteks UMKM, di mana keterlibatan karyawan sangat penting, kreativitas dapat memberikan peluang bagi karyawan untuk berkontribusi secara aktif dalam

e-ISSN 2797-8338
DOI 10.37481

pengembangan produk atau proses, yang memperkuat loyalitas dan komitmen mereka terhadap tujuan perusahaan. Contoh: UMKM yang mendorong kreativitas dapat menginspirasi karyawan untuk mengembangkan ide-ide baru dalam perbaikan proses produksi, pengembangan produk, atau strategi pemasaran yang lebih efektif.

5. Penghematan Biaya dan Penggunaan Sumber Daya yang Efisien

   Kreativitas juga dapat membantu UMKM untuk menemukan cara baru yang lebih efisien dalam menggunakan sumber daya yang terbatas. Dalam studi yang dilakukan oleh (Zhang & Hartley, 2018) kreativitas organisasi berhubungan erat dengan inovasi proses yang dapat mengurangi biaya produksi dan meningkatkan efisiensi operasional. Kreativitas sering kali melibatkan menemukan solusi baru yang lebih murah atau lebih efektif untuk masalah yang dihadapi perusahaan. Contoh: Penggunaan bahan daur ulang atau penerapan teknologi baru untuk menghemat energi adalah contoh bagaimana UMKM yang kreatif dapat mengurangi biaya tanpa mengorbankan kualitas produk.

6. Meningkatkan Kemampuan Kolaborasi dan Jaringan Bisnis

   UMKM yang kreatif cenderung lebih mudah menjalin kolaborasi dengan pihak luar seperti mitra bisnis, institusi penelitian, atau pemerintah. Literatur menunjukkan bahwa kreativitas memungkinkan UMKM untuk membangun kemitraan strategis yang dapat memperluas akses ke teknologi, pasar baru, atau sumber daya pendukung lainnya (Hughes et al., 2018).

   Kolaborasi ini dapat memperkuat daya saing UMKM di pasar domestik maupun internasional. Contoh: UMKM yang berfokus pada produk kreatif sering kali dapat bekerja sama dengan desainer internasional atau platform e-commerce global untuk memasarkan produk mereka di luar negeri.

7. Meningkatkan Reputasi dan Citra Bisnis

   Kreativitas yang diterapkan secara konsisten dapat meningkatkan reputasi dan citra bisnis UMKM. Literatur dari (Kotler et al., 2018)

   menyebutkan bahwa perusahaan yang mampu menunjukkan inovasi berkelanjutan dalam produk dan layanannya cenderung membangun citra yang positif di mata konsumen. UMKM yang terus berinovasi akan dianggap lebih relevan dan adaptif oleh konsumen, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan

e-ISSN 2797-8338
DOI 10.37481

membangun citra merek yang kuat. Contoh: Produk UMKM yang kreatif dan inovatif lebih mungkin untuk mendapatkan pengakuan di pasar global, seperti memenangkan penghargaan internasional atau mendapatkan perhatian media global.

Menurut (Nursyirwan et al., 2025) Kreativitas dalam organisasi mencerminkan kemampuan individu dan tim dalam menciptakan sesuatu yang baru, baik berupa produk, layanan, atau proses kerja. Kreativitas tidak hanya penting dalam menghadirkan inovasi produk, tetapi juga berperan penting dalam efisiensi operasional dan peningkatan kualitas layanan. Organisasi yang mampu mendorong kreativitas di antara karyawannya cenderung lebih cepat beradaptasi dengan perubahan, lebih kompetitif di pasar, dan lebih inovatif dalam mengatasi tantangan bisnis.

Dalam literatur (Nursyirwan et al., 2024) mengungkap bahwa inovasi adalah kunci suksesnya suatu organisasi. Sementara pada literatur (Safri et al., 2025) mengungkap bahwa inovasi bisnis sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digital.

Kreatifitas dan Kompetensi Wirausaha pada Pelaku Usaha Kecil Menengah menjadi Fokus kegiatan pengabdian Masyarakat semester gasal 2024.2025 ini. UMKM atau yang biasa disebut usaha mikro, kecil, menangah adalah usaha yang saat ini menjadi focus perhatian pemerintah Republik Indonesia. UMKM menjadi bagian pilar penting ekonomi suatu negara. Salah satu indicator kemajuan suatu negara dapat di lihat dari jumlah pelaku usahanya. Jumlah pelaku usaha di Indonesia masih berada di rentang 3%, sangat jauh dari angka minimal jumlah pelaku usaha di negara maju yang sudah mencapai di angka 10%. Penulis telah mengobservasi peran penting kreatifitas individu dan kompetensi pelaku usaha untuk bisa berdaya saing di industri, termasuk didalamnya untuk bertahan di Tengah persaingan dunia usaha dan industry. Kreatifitas tidak lah mudah, perlu Upaya dan stimuli khusus guna menghasilkan kreatifitas pada pelaku usaha. Termasuk didalamnya peran kompetensi wirausaha agar senantiasa menjadi kreatif, dan pada akhirnya dapat berdaya saing. Penulis mengobservasi banyaknya masalah pada UMKM, dan yang mendominasi adalah masalah Sumber Daya Manusianya. Padahal, SDM menjadi katalisator awal agat para wirausaha dapat menjadi kreatif, kompeten, dan bersaing. Apabila kompetensi sumber daya manusia rendah, UMKM bisa saja tidak menjadi kreatif, stagnan, tutup, tidak mampu menjawab tantangan teknologi, dll.

e-ISSN 2797-8338
DOI 10.37481

Dalam era globalisasi, kemampuan bersaing di pasar internasional menjadi sangat penting bagi para wirausaha. Pasar lokal yang terbatas dan persaingan yang semakin ketat membuat wirausaha perlu mencari peluang baru di pasar ekspor. Namun, banyak wirausaha yang belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai untuk memasuki pasar global. Oleh karena itu, program peningkatan kreativitas dan kompetensi wirausaha berbasis edukasi ekspor menjadi sangat relevan untuk membantu para wirausaha mengembangkan bisnis mereka ke tingkat internasional.

Program pengabdian Masyarakat ini digagas oleh dosen an Ibu Dr. Vivi Iswanti Nursyirwan, S.Sos.,M.M yang memang memfokuskan Dharma Perguruan Tingginya pada kajian Kreatifitas Organisasi maupun Organizational Behavior. Ibu Vivi Bersama Ibu Sasmita Sari Ardaninggar, S.E.,M.Sc seorang dosen Universitas Pamulang yang juga concern terhadap kegiatan ekspor. Mitra PKM kali ini adalah para pelaku usaha di Kota Depok yang juga sudah mulai mencoba untuk menerapkan ekspor sebagai bagian dari pemasaran produknya untuk jangkauan internasional.

Program ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang proses, regulasi, dan strategi ekspor, sekaligus meningkatkan kreativitas dalam mengembangkan produk yang mampu bersaing di pasar internasional. Dengan pengetahuan dan kompetensi yang lebih baik, diharapkan para wirausaha dapat membuka peluang ekspor dan berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi nasional.

METODE

Kegiatan berbasis pengabdian kepada masyarakat ini mengusung skema kemitraan masyarakat, dilakukan oleh tim dosen program studi S-1 Akuntansi Universitas Pamulang, yang terdiri dari Ibu Vivi Iswanti Nursyirwan, S.Sos.M.M sebagai ketua pengusul, Ibu Sasmita Sari Ardaninggar, S.E., M.Sc sebagai narasumber. Kegiatan ini telah dilaksanakan pada UMKM Terjaya Kota Depok, Cipayung. Bentuk kegiatan yang telah dilakukan, diantaranya: Edukasi Ekspor, dan kompetensi UMKM. Audience diberikan edukasi berkaitan dengan kompetensi SDM, dan kreatifitas, serta edukasi ekspor, Sebelum kegiatan PKM, peserta diberikan pre-test guna mengukur aspek kompetensi audience sebelum acara, serta setelah acara juga peserta diberikan post-test untuk mengukur efektifitas edukasi. Kegiatan berlangsung pada hari sabtu, 14 desember 2024. Mitra kegiatan ini adalah UMKM Kota Depok, UMKM Cipayung.

e-ISSN 2797-8338
DOI 10.37481

Komunitas ini adalah komunitas yang juga terdiri dari pelaku UMKM yang telah berfokus pada pemasaran secara online. Metode kegiatan pengabdian masyarakat ini dibagi menjadi tiga (3) bagian, diantaranya: a. Tahap Pendahuluan, adalah tahapan fact-finding apa yang menjadi kebutuhan mitra pengabdian. Tahap ini merupakan tahapan mencari kebutuhan apa yang menjadi masalah mitra, apa tantangan yang dihadapi mitra, serta apa saja analisis kebutuhan spesifik yang diharapkan mitra. b. Tahap Pelaksanaan, Tahapan ini terdiri dari pelaksanaan pra kegiatan, dan pelaksanaan saat kegiatan. Tahapan pelaksanaan pra kegiatan adalah tahapan merumuskan formulasi kegiatan apa yang relevan untuk menjawab masalah mitra. Pada tahapan ini para dosen melakukan brainstorming berkaitan formulasi praktis apa yang relevan bagi mitra, dan dapat di tindaklanjuti oleh resources dosen. Untuk tahapan pelaksanaan saat kegiatan adalah: tahapan melakukan edukasi berdasarkan hasil brainstorming oleh para dosen. Tahapan ini adalah tahapan implementasi praktis kegiatan PKM yang dilakukan.

Kegiatan PKM dilaksanakan secara padat dalam 1 hari, kegiatan 1 hari adalah kegiatan edukasi dan pendampingan usaha secara singkat. Untuk pendampingan usaha secara berkelanjutan dapat dilakukan setelah kegiatan acara PKM. Tahapan pelaksaan saat kegiatan dilakukan secara kolaboratif diantara dosen-dosen prodi Akuntansi S-1 Universitas Pamulang, diantaranya: Ibu Dr. Vivi Iswanti Nursyirwan, S.Sos.,M.M., dan Ibu Sasmita Sari Ardaninggar.

PEMBAHASAN

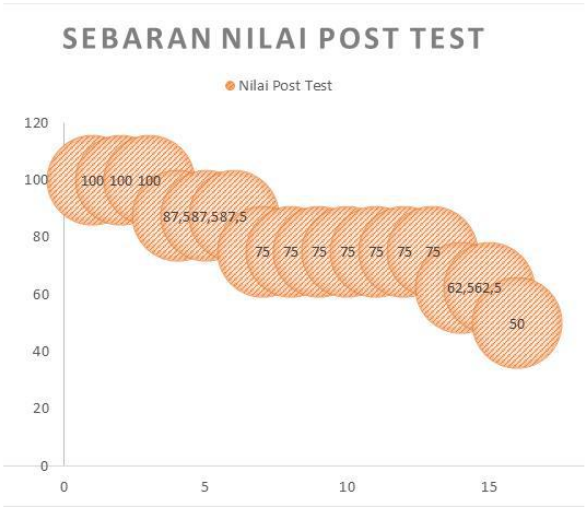
Kegiatan bertajuk pengabdian kepada masyarakat ini telah dilakukan oleh para Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Akuntansi Program Sarjana dengan memberikan edukasi ekspor dan kompetensi UMKM. Kegiatan ini melibatkan

setidaknya 25 peserta PKM, baik terdiri dari dosen, mahasiswa, dan para peserta PKM dibawah naungan UMKM Kota Depok. Pengabdian kepada masyarakat telah dilaksanakan pada hari sabtu, 14 desember 2024 Kegiatan selama 1 hari ini berupa pemberian materi secara padat terkait edukasi ekspor. Selama acara berlangsung, peserta PKM sangat antuasias dalam memerhatikan materi edukasi yang disampaikan oleh para narasumber. Peserta merasa menerima pengetahuan lebih terkait ekspor yang diawali dengan pemikiran yang cukup rumit, namun melalui edukasi ekspor para peserta merasakan bahwa ekspor dapat dilakukan oleh para pelaku UMKM meskipun tidak dapat

e-ISSN 2797-8338
DOI 10.37481

scope yang besar. Adanya antusiasme dari para peserta PKM merupakan hal positif yang civitas akademika rasakan dalam semangat berbagi kebermanfaatan dengan lingkungan sekitar. Para dosen sebagai civitas akademika merasa perlu mengembangkan kegiatan pengabdian masyarakat yang benar-benar dapat dirasakan kepada mitra sasarannya.

Hasil kegiatan PKM menunjukan sebaran post test sebagai berikut:



Gambar 1. Sebaran nilai post test peserta PKM

Pada gambar 1 di atas, dapat dilihat sebaran nilai post-test yang diperoleh peserta Program Kemitraan Masyarakat (PKM). Tiga peserta berhasil meraih nilai tertinggi yaitu 100, sementara tiga peserta lainnya memperoleh nilai 87,5. Sebanyak tujuh peserta mendapatkan nilai 75, dua peserta memperoleh nilai 62,5, dan satu peserta meraih nilai 50. Hasil ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada aspek kognisi peserta terkait dengan pemahaman tentang ekspor dan kompetensi kewirausahaan. Dominasi nilai tinggi dalam post-test ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mengalami kemajuan yang signifikan, dengan hanya satu peserta yang memperoleh nilai rendah.

Peningkatan dalam aspek kognisi ini mengindikasikan bahwa peserta telah memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang berbagai konsep yang diajarkan dalam program PKM, terutama mengenai ekspor dan kewirausahaan. Dalam teori kompetensi, yang mencakup pengetahuan (knowledge), keterampilan (skill), dan sikap (attitude), aspek kognisi sangat penting untuk menghasilkan keterampilan baru. Kognisi yang berkembang akan memfasilitasi terbentuknya sikap yang relevan dalam dunia kewirausahaan, yang merupakan bagian krusial dalam membangun kompetensi yang dibutuhkan untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

e-ISSN 2797-8338
DOI 10.37481

Melalui program PKM ini, peserta memperoleh wawasan baru yang berkaitan dengan pendidikan ekspor, yang sangat relevan untuk mengembangkan kemampuan mereka dalam menghadapi tantangan pasar internasional. Wawasan tersebut mencakup pemahaman tentang prosedur ekspor, regulasi yang berlaku, serta strategi yang dapat diterapkan untuk mengembangkan produk agar dapat bersaing di pasar global. Dengan pengetahuan ini, peserta diharapkan dapat memperluas pasar mereka dan mengoptimalkan peluang ekspor, yang pada akhirnya dapat meningkatkan daya saing mereka di tingkat internasional.

Selain itu, kegiatan PKM ini juga menunjukkan peran aktif civitas akademika dalam membangun dan menanamkan nilai-nilai kreativitas kewirausahaan kepada peserta. Program ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan teknis terkait ekspor, tetapi juga berfokus pada pengembangan sikap kreatif yang sangat penting bagi para wirausahawan untuk dapat beradaptasi dan bertahan di pasar yang kompetitif. Dengan menciptakan suasana yang mendukung kreativitas, program ini membantu peserta mengembangkan pola pikir yang lebih terbuka terhadap peluang pasar internasional.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini berhasil memberikan kontribusi praktis dalam meningkatkan kompetensi peserta, baik dalam hal pengetahuan maupun keterampilan terkait ekspor dan kewirausahaan. Dengan mayoritas peserta yang menunjukkan peningkatan yang signifikan, dapat disimpulkan bahwa program ini telah berhasil mencapai tujuannya. Peningkatan pemahaman peserta mengenai ekspor dan kewirausahaan diharapkan dapat membantu mereka untuk tidak hanya bersaing di pasar lokal, tetapi juga memperluas jangkauan mereka ke pasar internasional, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada perkembangan ekonomi dan keberhasilan usaha mereka.

Dokumentasi Kegiatan PKM



Gambar 2. Sambuatan dan Pengarahan

e-ISSN 2797-8338
DOI 10.37481



Gambar 4. Pemaparan Materi

KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan PKM ini menunjukkan bahwa para peserta sangat antusias terhadap materi edukasi ekspor yang diberikan, yang dianggap penting untuk dikembangkan dalam usaha mereka. Kegiatan ini memberikan wawasan baru tentang bagaimana ekspor dapat menjadi peluang yang lebih nyata bagi pelaku usaha, yang sebelumnya mungkin merasa kesulitan atau kurang percaya diri untuk mengakses pasar internasional. Peserta menyadari bahwa pengetahuan yang diperoleh melalui kegiatan ini dapat membuka banyak kesempatan baru bagi usaha mereka.

Selain itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini sangat membantu para pelaku usaha dalam memfasilitasi pemahaman mereka mengenai ekspor, sehingga mereka merasa lebih siap dan yakin untuk melangkah ke pasar luar negeri. Program ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang prosedur ekspor dan regulasi yang relevan, yang sebelumnya mungkin terasa kompleks dan sulit dipahami. Dengan adanya edukasi ini, ekspor kini menjadi lebih memungkinkan dan dapat diterapkan dalam praktek bisnis mereka.

Kegiatan PKM juga berhasil merangsang kreativitas usaha peserta, karena adanya peningkatan pengetahuan yang mereka dapatkan. Penekanan pada aspek kompetensi wirausaha, terutama dalam hal pengetahuan (knowledge), dapat memperkuat dasar bagi pengembangan keterampilan dan sikap yang diperlukan untuk bersaing. Dengan pengetahuan yang lebih baik, pelaku usaha dapat lebih mudah beradaptasi, berinovasi, dan memanfaatkan peluang yang ada, baik di pasar lokal maupun internasional. Program ini berhasil menanamkan nilai-nilai kewirausahaan yang kreatif dan kompetitif pada peserta.

e-ISSN 2797-8338
DOI 10.37481

DAFTAR PUSTAKA

Amabile, T. M., Schatzel, E. A., Moneta, G. B., & Kramer, S. J. (2004). Leader behaviors and the work environment for creativity: Perceived leader support. The Leadership Quarterly, 15(1), 5–32.

Hughes, D. J., Lee, A., Tian, A. W., Newman, A., & Legood, A. (2018). Leadership, creativity, and innovation: A critical review and practical recommendations. The Leadership Quarterly, 29(5), 549–569.

Kotler, P., Keller, K. L., & Ang, S. H. (2018). Marketing management: an Asian perspective. Pearson.

Nurhasanah, N., Perkasa, D. H., Magito, M., Fathihani, F., Abdullah, M. A. F., & Kamil, I. (2023). KEINGINAN BERWIRAUSAHA MAHASISWA PADA PENGARUH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN, MOTIVASI BERWIRAUSAHA DAN KREATIVITAS BERWIRAUSAHA. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, *3*(1), 27-44.

Nursyirwan, V. I., Ardaninggar, S. S., Hunein, H., & Anggraini, N. (2025). Rewards & Organizational Creativity: Knowledge Sharing as a Mediator in The Creative Industry in Indonesia. AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis, 5(1), 167–182.

Nursyirwan, V. I., Purwana, D., Suhud, U., Harahap, I. L. P., Ardaninggar, S. S., & Diana, D. (2024). INNOVATION APPROACH IN VARIOUS COUNTRIES IN RESPONDING TO VOLATILITY-LITERATURE REVIEW STUDY. SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business, 7(1), 32–44.

Rosmadi, M. L. N. (2021). Inovasi dan kreativitas pelaku usaha UMKM di era Covid-19. *Ikraith-Ekonomika*, *4*(2), 87-94.

Safri, H., Murniyanti, S., Firmansyah, D., Diah, M., Sutoyo, S., Nurhayati, A., & Santika, C. (2025). Pelatihan Strategi Bisnis UMKM Go Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing di Era Digital. Jurnal PKM Manajemen Bisnis, 5(1), 160–166.

Suhartini, Y., Muchlas, M., & Kuat, T. (2022). Kompetensi kewirausahaan kepala sekolah dalam mengembangkan edupreneurship di sekolah menengah kejuruan. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, *4*(5), 4833-4849.

Supardi, E., Mulyati, S., & Mahendra, G. (2021). Kompetensi profesional dan kreativitas mengajar guru, dampaknya pada peningkatan kompetensi kewirausahaan siswa smk negeri bidang keahlian bisnis dan manajemen di kota bandung. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, *6*(2), 204-213.

Trihudiyatmanto, M. (2019). Pengembangan Kompetensi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing UMKM (Studi Empirik Pada UMKM Pande Besi di Wonosobo). *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, *2*(1), 22-32.

Zhang, M., & Hartley, J. L. (2018). Guanxi, IT systems, and innovation capability: The moderating role of proactiveness. Journal of Business Research, 90, 75–86.