

Peningkatan Kompetensi dan Kreativitas Wirausaha Menuju Peningkatan Jumlah Ekspor pada UMKM Kota Depok melalui Program Capacity Building

Vivi Iswanti Nursyirwan^{1*}, Sasmita Sari Ardaninggar²

Universitas Pamulang, Indonesia
dosen02226@unpam.ac.id^{1*}

Submitted: 20th January 2026 | **Edited:** 18th May 2026 | **Issued:** 01st July 2026

Cited on: Nursyirwan, V. I., & Ardaninggar, S. S. (2026). Peningkatan Kompetensi dan Kreativitas Wirausaha Menuju Peningkatan Jumlah Ekspor pada UMKM Kota Depok melalui Program Capacity Building. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 6(2), 364-374.

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in supporting the national economy. However, low competitiveness and limited export capabilities are major challenges in Indonesia, including in Depok City. This program aims to improve entrepreneurial competence and creativity through capacity building, enabling Depok MSMEs to penetrate the export market. The implementation method uses a participatory action research (PAR) approach through training on entrepreneurial competence and creativity related to exports. The PKM was held on December 7, 2025. There were 39 active participants during the PKM event. The resulting outputs were increased entrepreneurial competence and creativity, cognitively and skill-wise, among fostered partners, as well as an increase in digital export literacy from 55% before the PKM event to 80%. The results of the PKM participant questionnaire indicated that participants benefited from this PKM event and expressed their desire for future PKM implementations to be well-received in terms of MSME development from a technological perspective.

Keywords: Competence, Entrepreneurial Creativity, Creative Economy, Export, Capacity Building

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama pembangunan ekonomi nasional. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia (BPS, 2024) serta menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional (Haryo Limanseto, 2025). Namun demikian, meskipun memiliki peran strategis dalam perekonomian domestik, kontribusi UMKM terhadap pasar global masih relatif rendah. Hanya sekitar 13%–13,7% UMKM Indonesia yang mampu menembus pasar ekspor (KemenkopUKM, 2023; KemenkopUKM, 2024). Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan yang signifikan antara potensi ekonomi UMKM dan realisasi kemampuan ekspornya.

Di Kota Depok, sebagian besar UMKM masih berorientasi pada pasar lokal. Padahal, sebagai salah satu daerah penyangga utama ibu kota, Kota Depok memiliki potensi UMKM yang sangat besar dengan lebih dari 12.000 unit UMKM aktif, khususnya pada sektor kuliner, fashion, kriya, dan produk halal (Feru Lantara, 2025). Namun demikian, sebagian besar pelaku UMKM di Depok menghadapi tantangan serius dalam menembus pasar ekspor, antara lain rendahnya kompetensi kewirausahaan, minimnya kreativitas dan inovasi produk, keterbatasan akses informasi ekspor, serta rendahnya pemanfaatan teknologi digital.

Transformasi menuju export-oriented creative entrepreneurship menjadi kebutuhan strategis bagi UMKM di era globalisasi. Transformasi ini menuntut penguatan kompetensi manajerial, inovasi produk, serta digitalisasi pemasaran agar UMKM mampu bersaing di pasar internasional (Fitriyani et al., 2025). Perubahan global di era digitalisasi dan perdagangan bebas telah menggeser paradigma kewirausahaan dari orientasi lokal menuju borderless entrepreneurship, di mana batas geografis tidak lagi menjadi penghalang utama bagi pelaku usaha (Kreiterling, 2023).

Tren ekspor global saat ini sangat dipengaruhi oleh inovasi produk, branding kreatif, dan pemanfaatan platform digital, seperti e-commerce internasional dan social commerce (Chen et al., 2022). Namun, sebagian besar UMKM di Kota Depok belum memiliki kapasitas yang memadai dalam hal literasi digital, manajemen ekspor, dan strategi pemasaran global. Survei Dinas Perdagangan dan Industri Kota Depok menunjukkan bahwa hanya sekitar 30% UMKM yang aktif menggunakan platform digital untuk pemasaran (Rozza & Metekohy, 2023)

Padahal, penelitian (Alarcón-del-Amo et al., 2023) menunjukkan bahwa pemanfaatan marketplace global dan media sosial dapat meningkatkan volume ekspor UMKM hingga 40%. Rendahnya literasi digital ini menyebabkan daya saing produk lokal masih lemah di pasar internasional dan memperkuat urgensi perlunya intervensi berbasis capacity building yang sistematis dan berkelanjutan.

Kompetensi Wirausaha

Kompetensi kewirausahaan mencakup aspek kognitif (pengetahuan), afektif (sikap), dan psikomotor (keterampilan) yang menentukan kemampuan pelaku usaha dalam beradaptasi terhadap dinamika pasar global (Mitchelmore & Rowley, 2019). Kompetensi manajerial, kemampuan pengambilan keputusan berbasis data, serta literasi

finansial global merupakan faktor kunci keberhasilan ekspor UMKM (Ahmad & Halim, 2021).

Kreativitas dan Inovasi Produk

Kreativitas wirausaha berperan sebagai penggerak utama inovasi produk yang berdaya saing internasional. Amabile & Pratt (2019) menegaskan bahwa kreativitas merupakan proses menghasilkan ide baru yang berguna, sedangkan inovasi adalah implementasi ide tersebut dalam konteks nyata. Dalam konteks ekspor, kreativitas memungkinkan UMKM menciptakan diferensiasi melalui desain, kemasan, sertifikasi halal, dan nilai keberlanjutan yang diminati pasar global (Magistretti et al., 2022).

Studi di *Journal of International Marketing* menyoroti bahwa kapabilitas digital mampu memperbaiki kinerja ekspor melalui pengurangan biaya transaksi dan perluasan pasar ekspor, selaras dengan pernyataan bahwa platform digital memberikan jangkauan yang lebih luas dengan biaya lebih rendah (Du & Huang, 2025).

Digitalisasi mempunyai pengaruh positif terhadap probabilitas ekspor dan partisipasi perdagangan UMKM, termasuk dengan mengurangi biaya transaksi dan membuka akses pasar baru, yang sejalan dengan kemampuan digital sebagai kompetensi kewirausahaan (Añón Higón & Bonvin, 2024). Riset menunjukkan bahwa inovasi digital, kompetensi kewirausahaan, dan strategi digital marketing saling berinteraksi untuk memperkuat keunggulan kompetitif UMKM, yang mencakup peningkatan efisiensi, kreativitas, dan potensi penetrasi pasar global (Haryadi et al., 2025).

Pendekatan capacity building berbasis participatory action research (PAR) digunakan untuk membangun mindset adaptif, kreativitas, dan jejaring kolaboratif UMKM agar mampu mengoptimalkan peluang ekspor secara berkelanjutan (Cornish et al., 2023).

Urgensi Program di Kota Depok memiliki karakteristik yang sangat strategis:

1. Dekat dengan Jakarta sebagai pusat ekonomi nasional;
2. Didominasi oleh generasi muda produktif (usia 25–45 tahun);
3. Tumbuhnya sektor ekonomi kreatif seperti kuliner, fashion, dan desain.

Namun potensi tersebut belum diimbangi dengan kapasitas kewirausahaan ekspor yang kuat. Berdasarkan survei lapangan (Disdagin Depok, 2024), hanya 8% UMKM yang memiliki rencana ekspor, dan 2% yang sudah menembus pasar luar negeri. Faktor

utamanya adalah keterbatasan wawasan global, kurangnya kreativitas produk ekspor, serta rendahnya kemampuan mengakses platform digital internasional.

Oleh karena itu, diperlukan program pelatihan dan pendampingan berkelanjutan untuk meningkatkan kompetensi dan kreativitas wirausaha berbasis digital. Pendekatan ini diharapkan mampu memperkuat posisi UMKM Depok dalam ekosistem ekonomi global, serta mendorong peningkatan nilai ekspor daerah secara signifikan.

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan secara daring (online) melalui platform Zoom Meeting sebagai bentuk adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan fleksibilitas pelaku usaha. Sasaran kegiatan adalah pelaku ekonomi kreatif di Kota Depok. Pelaksanaan PKM dilakukan pada 7 Desember 2025 dengan menghadirkan dua narasumber yang memiliki kompetensi sesuai dengan tujuan kegiatan.

Metode pelaksanaan PKM disusun secara bertahap dan sistematis, meliputi tahap persiapan, pelatihan, evaluasi, dan publikasi, sebagaimana dijelaskan berikut:

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan diawali dengan survei kebutuhan peserta PKM untuk memetakan kondisi awal dan tantangan yang dihadapi pelaku ekonomi kreatif.

2. Tahap Pelatihan

Tahap pelatihan dilaksanakan secara interaktif melalui sesi pemaparan materi, diskusi, dan tanya jawab. Kegiatan pelatihan menghadirkan dua narasumber, yaitu:

3. Tahap Evaluasi Pelatihan

Evaluasi pelatihan dilakukan untuk mengukur efektivitas kegiatan PKM. Metode evaluasi menggunakan Pre-Test dan Post-Test serta survei peserta pelatihan. Evaluasi difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu:

- a. Kognisi, untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta,
- b. Skill, untuk menilai peningkatan keterampilan kewirausahaan dan pemanfaatan ekspor digital,
- c. Attitude, untuk melihat perubahan sikap dan motivasi peserta dalam mengembangkan usaha.

Hasil survei dan evaluasi digunakan sebagai dasar untuk menilai capaian kegiatan serta dampak pelatihan terhadap peserta.

4. Tahap Publikasi

Tahap akhir kegiatan PKM adalah monitoring hasil pelatihan dan publikasi ilmiah. Data hasil evaluasi dan survei peserta diolah dan dianalisis menggunakan kuesioner sebagai instrumen pendukung. Output dari tahap ini adalah laporan kegiatan PKM serta artikel ilmiah yang ditargetkan untuk dipublikasikan pada jurnal nasional terakreditasi SINTA 5, sebagai bentuk diseminasi hasil pengabdian dan kontribusi akademik.

Tabel 1. Metode Pelaksanaan PKM

Tahapan	Kegiatan	Metode	Output
1. Persiapan	Survei kebutuhan peserta PKM	Wawancara	Peta kompetensi awal
2. Pelatihan	- Pelatihan ekspor digital - Pelatihan kreativitas produk	Pelatihan interaktif	Modul pelatihan
3. Evaluasi Pelatihan	Monitoring hasil pelatihan	Pre-Test dan Post-Test Survei Peserta Pelatihan	Kognisi, Skill, Attitude Hasil Survey
4. Publikasi	Monitoring hasil pelatihan & publikasi ilmiah	Kuesioner	Laporan, artikel jurnal nasional terakreditasi SINTA 5

Sumber: Kegiatan PKM, 2025

PEMBAHASAN

Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) yang menekankan keterlibatan aktif peserta sebagai subjek perubahan. Pendekatan ini selaras dengan perspektif perilaku organisasi yang memandang pembelajaran, kreativitas, dan inovasi sebagai hasil dari proses interaksi sosial, partisipasi, serta pertukaran pengetahuan dalam komunitas (Nursyirwan, Ardaninggar, Hunein, et al., 2025).

Kegiatan PKM yang diselenggarakan pada 7 Desember 2025 diikuti oleh 39 peserta aktif yang merupakan pelaku ekonomi kreatif Kota Depok. Pelatihan PKM melibatkan 2 narasumber utama, yakni: Ibu Dr. Vivi Iswanti Nursyirwan, S.Sos., M.M, yang menyampaikan materi mengenai penguatan kompetensi wirausaha, dengan fokus pada

pengembangan kreativitas produk, mindset kewirausahaan, serta pentingnya knowledge sharing dalam meningkatkan daya saing pelaku ekonomi kreatif. Ibu Sasmita Sari Ardaninggar, narasumber kedua yang memberikan pelatihan ekspor digital, dengan materi meliputi: pengenalan peluang pasar internasional, pemanfaatan platform digital untuk ekspor, serta strategi awal UMKM dalam memasuki pasar global.

Metode yang digunakan pada tahap ini adalah pelatihan interaktif, sehingga peserta tidak hanya menerima materi secara pasif, tetapi juga terlibat aktif dalam diskusi dan berbagi pengalaman. Output dari tahap pelatihan adalah modul pelatihan dan peningkatan pemahaman peserta terkait kreativitas produk dan ekspor digital.

Tingkat partisipasi yang tinggi selama proses pelatihan menunjukkan bahwa metode interaktif berbasis PAR mampu menciptakan ruang knowledge sharing yang efektif. Kondisi ini memperkuat temuan riset sebelumnya yang menyatakan bahwa interaksi sosial dan berbagi pengetahuan menjadi faktor penting dalam mendorong kreativitas organisasi dan individu pelaku usaha di industri kreatif (Nursyirwan, Ardaninggar, Hunein, et al., 2025).

Hasil PKM menunjukkan adanya peningkatan kompetensi dan kreativitas wirausaha, khususnya pada aspek kognisi dan keterampilan (skill) mitra binaan. Peningkatan ini mencerminkan keberhasilan pelatihan dalam memperkuat pemahaman konseptual kewirausahaan sekaligus kemampuan praktis peserta dalam mengembangkan ide, produk, dan strategi usaha. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian PKM sebelumnya yang menegaskan bahwa pelatihan berbasis edukasi dan pendampingan mampu meningkatkan kreativitas serta kompetensi wirausaha UMKM secara signifikan (Nursyirwan, Ardaninggar, & Anggraini, 2025)

Lebih lanjut, hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan literasi digital ekspor yang cukup signifikan, yaitu dari 55% sebelum pelaksanaan PKM menjadi 80% setelah kegiatan berlangsung. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pelatihan ekspor digital tidak hanya meningkatkan pengetahuan peserta, tetapi juga memperkuat kesiapan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau pasar global. Dalam konteks ini, literasi digital berperan sebagai bentuk kapabilitas adaptif yang penting bagi UMKM dalam menghadapi volatilitas lingkungan bisnis dan persaingan global, sebagaimana ditegaskan dalam studi literatur mengenai pendekatan inovasi di berbagai negara (Nursyirwan et al., 2024).

Dokumentasi Kegiatan PKM

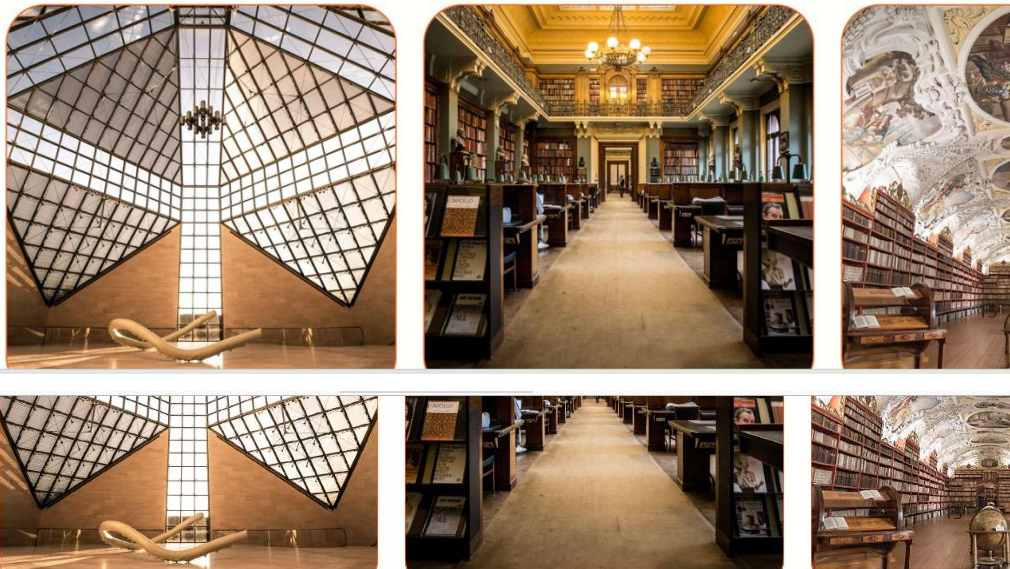
Kompetensi Digital

Branding Digital dan Story-Telling

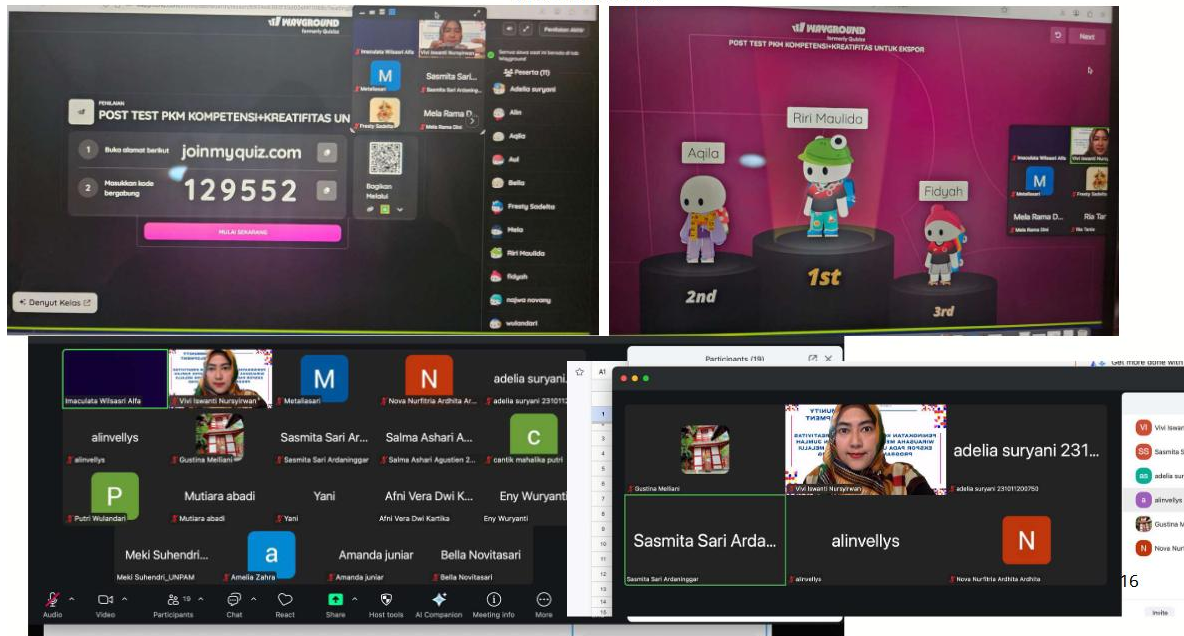
Market Research

Penggunaan Data untuk Keputusan Usaha

14



Dokumentasi PKM



Hasil Pre Test

#	Pertanyaan	Tipe Soal	Standar	Akurasi Pertanyaan	Waktu Rata-Rata per Pertanyaan (hh:mm:ss)	Benar
1	UMKM Depok telah mengikuti pelatihan ekspor, tetapi angka ekspor tidak meningkat. Apa	Pilihan ganda		12%	00:00:11	2
2	Pelaku UMKM memiliki kreativitas tinggi, namun kompetensi manajerial rendah. Apa dampak	Pilihan ganda		41%	00:00:10	7
3	Jika pemerintah Kota Depok ingin fokus meningkatkan ekspor, aspek mana yang paling	Pilihan ganda		18%	00:00:08	3
4	UMKM A memiliki produk berkualitas tinggi tetapi tidak kreatif dalam branding. Apa evaluasi	Pilihan ganda		53%	00:00:09	9
5	Sebuah pelatihan diberikan mengenai riset pasar global. Untuk mengukur efektivitasnya,	Pilihan ganda		94%	00:00:08	16
6	Jika kompetensi digital marketing UMKM meningkat, tetapi kreativitas produk tetap	Pilihan ganda		47%	00:00:09	8
7	Mengapa kreativitas penting dalam meningkatkan daya saing ekspor UMKM Depok?	Pilihan ganda		76%	00:00:09	13
8	UMKM ingin membuat desain kemasan baru agar diterima pasar Jepang. Faktor evaluatif	Pilihan ganda		65%	00:00:08	11
9	Dalam konteks UMKM Depok, strategi yang paling berdampak pada peningkatan ekspor	Pilihan ganda		82%	00:00:09	14
10	Jika sebuah UMKM telah kreatif tetapi tidak memahami regulasi ekspor, maka...	Pilihan ganda		59%	00:00:08	10
				55%	129	93

Hasil Pre Test

PRE TEST PKM KOMPETENSI KREATIFITAS UNTUK EKSP... Selesai Dasbor Langsung Jadikan PR

Urutkan dari: Nilai ↓ ↑

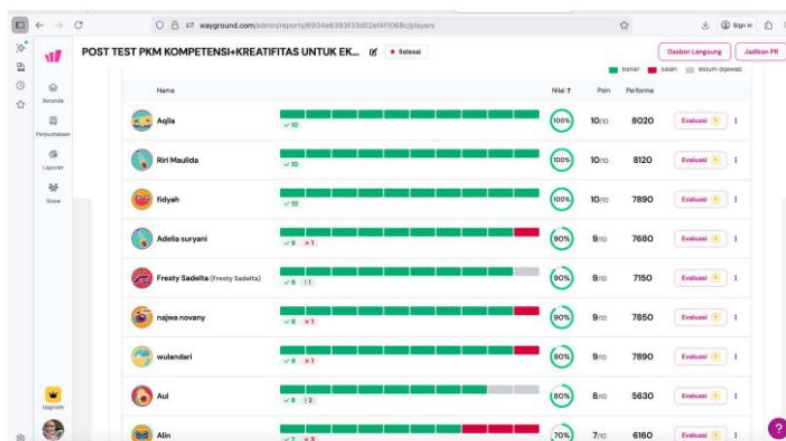
Benar Salah Belum dijawab

Nama	Nilai	Poin	Performa
najwa novany	90% ✓ 9 ✕ 1	9/10	5890 Evaluasi
Putri Wulandari	80% ✓ 8 ✕ 2	8/10	5050 Evaluasi
Riri Maulida	80% ✓ 8 ✕ 1 ✕ 1	8/10	5320 Evaluasi
Bella Novitasari	70% ✓ 7 ✕ 1 ✕ 2	7/10	4610 Evaluasi
Mutiara Abadi	70% ✓ 7 ✕ 3	7/10	4460 Evaluasi
Widi astika	70% ✓ 7 ✕ 1 ✕ 2	7/10	4320 Evaluasi
Alin	60% ✓ 6 ✕ 2 ✕ 2	6/10	3870 Evaluasi

Hasil Post Test

#	Pertanyaan	Tipe Soal	Standar	Akurasi Pertanyaan	Waktu Rata-Rata per Pertanyaan (hh:mm:ss)
1	Contoh keputusan strategis setelah pelatihan ekspor adalah...	Pilihan ganda		73%	00:00:08
2	UMKM ingin ekspor tetapi kualitas produknya tidak konsisten. Solusi yang paling tepat adalah...	Pilihan ganda		82%	00:00:07
3	Jika kreativitas tinggi tetapi tidak sesuai pasar global, maka...	Pilihan ganda		91%	00:00:10
4	Kapasitas inovasi UMKM meningkat, namun ekspor tidak naik. Kesimpulan logis adalah...	Pilihan ganda		45%	00:00:12
5	Jika pelaku UMKM lebih memahami manajemen risiko global, maka...	Pilihan ganda		91%	00:00:08
6	Dalam menilai kesiapan ekspor UMKM, faktor yang paling penting dievaluasi adalah...	Pilihan ganda		91%	00:00:06
7	Seorang wirausaha ingin masuk pasar Timur Tengah. Langkah awal yang paling tepat adalah...	Pilihan ganda		91%	00:00:06
8	Setelah program capacity building, beberapa UMKM Depok mampu meningkatkan kreativitas	Pilihan ganda		82%	00:00:09
9	Seorang pelaku UMKM ingin mengekspor produk makanan ke Eropa. Ia memiliki inovasi rasa yang	Pilihan ganda		91%	00:00:10
10	Dalam evaluasi akhir PKM, ditemukan bahwa UMKM dengan kompetensi wirausaha tinggi tetapi	Pilihan ganda		64%	00:00:11
				80%	128

Hasil Post Test



KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan dengan pendekatan Participatory Action Research (PAR) terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas pelaku ekonomi kreatif Kota Depok. Melalui pelatihan kompetensi dan kreativitas wirausaha berbasis ekspor digital, peserta tidak hanya berperan sebagai penerima materi, tetapi juga sebagai subjek aktif dalam proses pembelajaran dan pertukaran pengetahuan.

Hasil PKM menunjukkan adanya peningkatan kompetensi dan kreativitas wirausaha, khususnya pada aspek kognisi dan keterampilan (skill) mitra binaan. Selain

itu, terjadi peningkatan literasi digital ekspor yang signifikan, dari 55% sebelum pelaksanaan PKM menjadi 80% setelah kegiatan berlangsung. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelatihan yang terintegrasi antara kewirausahaan, kreativitas, dan pemanfaatan teknologi digital mampu memperkuat kesiapan UMKM dalam menghadapi persaingan dan volatilitas lingkungan bisnis.

Hasil kuisioner peserta juga menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasakan manfaat nyata dari kegiatan PKM, baik dari sisi peningkatan pengetahuan, keterampilan, maupun perubahan sikap (attitude) terhadap pengembangan usaha. Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kapasitas individu pelaku usaha, tetapi juga mendorong terbentuknya budaya knowledge sharing, inovasi, dan pembelajaran berkelanjutan di kalangan pelaku ekonomi kreatif.

Berdasarkan hasil dan temuan kegiatan PKM, beberapa saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Pendampingan Berkelanjutan

Kegiatan PKM selanjutnya disarankan untuk dilanjutkan dalam bentuk pendampingan jangka menengah dan panjang, khususnya dalam implementasi teknologi digital, penguatan strategi ekspor, serta pengembangan model bisnis UMKM berbasis inovasi.

2. Penguatan Aspek Teknologi UMKM

Program PKM ke depan perlu lebih menekankan pada pemanfaatan teknologi, seperti penggunaan platform digital, e-commerce lintas negara, dan sistem manajemen usaha berbasis digital untuk meningkatkan daya saing UMKM.

3. Kolaborasi Multi-Pihak

Diperlukan sinergi antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan pelaku industri untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pengembangan ekonomi kreatif secara berkelanjutan, terutama dalam hal akses pasar, pelatihan lanjutan, dan kebijakan pendukung UMKM.

4. Pengembangan Model PKM Berbasis Riset

Kegiatan PKM selanjutnya disarankan untuk terus dikaitkan dengan hasil penelitian akademik, sehingga tercipta kesinambungan antara riset dan pengabdian, serta memperkuat kontribusi ilmiah dan praktis bagi pengembangan UMKM ekonomi kreatif

DAFTAR PUSTAKA

- Alarcón-del-Amo, M.-C., Rialp Criado, A., Rialp, J., & López Belbeze, P. (2023). Unveiling the Dynamics of Exporting Firms: How Social Media Shapes (Export-Related) Costs and Relationships. *Available at SSRN 4579229*.
- Añón Higón, D., & Bonvin, D. (2024). Digitalization and trade participation of SMEs. *Small Business Economics*, 62(3), 857–877.
- BPS. (2024). *Produk Domestik Bruto Indonesia Menurut Lapangan Usaha*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3>
- Chen, Y., Li, M., Song, J., Ma, X., Jiang, Y., Wu, S., & Chen, G. L. (2022). A study of cross-border E-commerce research trends: Based on knowledge mapping and literature analysis. *Frontiers in Psychology*, 13, 1009216.
- Cornish, F., Breton, N., Moreno-Tabarez, U., Delgado, J., Rua, M., de-Graft Aikins, A., & Hodgetts, D. (2023). Participatory action research. *Nature Reviews Methods Primers*, 3(1), 34.
- Du, X., & Huang, J. (2025). The influence of digital capabilities on the export performance of SMEs: evidence from China. *Asia Pacific Business Review*, 1–26.
- Feru Lantara. (2025). UMKM Depok punya potensi besar. *Antaranews*. <https://megapolitan.antaranews.com/berita/372029/umkm-depok>
- Fitriyani, I., Mustofa, A., & Yunus, E. (2025). Strategi inovasi produk UMKM dalam menghadapi globalisasi melalui digitalisasi. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 4(8), 923–931.
- Haryadi, W., Mustofa, A., & Yunus, E. (2025). Integrasi Inovasi Produk, Digital Marketing, dan Kompetensi SDM sebagai Strategi Peningkatan Keunggulan Kompetitif UMKM di Era Society 5.0. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 4(11), 3401–3410.
- Haryo Limanseto. (2025). *Pemerintah Dorong UMKM Naik Kelas, Tingkatkan Kontribusi terhadap Ekspor Indonesia*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152>
- Kreiterling, C. (2023). Digital innovation and entrepreneurship: A review of challenges in competitive markets. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1), 49.
- Magistretti, S., Bianchi, M., Calabretta, G., Candi, M., Dell’Era, C., Stigliani, I., & Verganti, R. (2022). Framing the multifaceted nature of design thinking in addressing different innovation purposes. *Long Range Planning*, 55(5), 102163.
- 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.
- 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.
- Rozza, S., & Metekohy, E. Y. (2023). Rendahnya Adopsi Digital Marketing Pada Umkm Anggota Iwapi Kota Depok. *Ekonomi & Bisnis*, 22(1), 25–34.