

MEMBANGUN KREATIVITAS DAN SEMANGAT KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA MELALUI BISNIS FEST 2025

Andre Saputra Hutajulu¹, Munasya Hirah², Salsabila Zhafira³,
Siti Mona Warah⁴, Mariana⁵, Anhar Firdaus⁶

Jurusan Bisnis, Politeknik Negeri Lhokseumawe

andrehutajulu9@gmail.com¹, munasyahirah00@gmail.com²,
Salsabilazhafira19@gmail.com³, sitimonawarah5@gmail.com⁴, mariana@pnl.ac.id⁵,
anhar.firdaus@pnl.ac.id⁶

Abstract

Digital economic development demands that students not only master academic theory but also creativity, entrepreneurial spirit, and practical skills. The Business Fest 2025 activity aims to build creativity and entrepreneurial spirit among students through project-based learning and real business simulation approaches. The method used includes three structured stages: preparation (briefing and planning), implementation (booth operation simulation and market interaction), and evaluation (reflection and impact analysis). The results of the activity show significant improvements in aspects of entrepreneurial motivation, creativity in product development and marketing strategies, as well as the strengthening of soft skills such as communication, teamwork, and self-management. This activity also identified the importance of more intensive briefing and the integration of financial literacy in similar future programs. Thus, Business Fest 2025 successfully functions as an effective practical entrepreneurship laboratory in bridging the gap between theory and practice, as well as preparing students to face the dynamics of the competitive business world.

Keywords: student entrepreneurship, creativity, project-based learning, business simulation

Abstrak

Perkembangan ekonomi digital menuntut mahasiswa untuk tidak hanya menguasai teori akademik tetapi juga kreativitas, jiwa kewirausahaan, dan keterampilan praktis. Kegiatan Bisnis Fest 2025 bertujuan untuk membangun kreativitas dan semangat kewirausahaan mahasiswa melalui pendekatan pembelajaran berbasis proyek dan simulasi usaha riil. Metode yang digunakan meliputi tiga tahap terstruktur: persiapan (pembekalan dan perencanaan), pelaksanaan (simulasi operasi booth dan interaksi pasar), dan evaluasi (refleksi dan analisis dampak). Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan yang signifikan pada aspek motivasi berwirausaha, kreativitas dalam pengembangan produk dan strategi pemasaran, serta penguatan keterampilan lunak (soft skills) seperti komunikasi, kerja tim, dan manajemen diri. Kegiatan ini juga mengidentifikasi pentingnya pembekalan yang lebih intensif dan integrasi literasi keuangan dalam program serupa ke depan. Dengan demikian, Bisnis Fest 2025 berhasil berfungsi sebagai laboratorium kewirausahaan praktis yang efektif dalam menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik, serta mempersiapkan mahasiswa menghadapi dinamika dunia usaha yang kompetitif.

Kata kunci: kewirausahaan mahasiswa, kreativitas, pembelajaran berbasis proyek

PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan persaingan ekonomi yang semakin ketat, dunia usaha menuntut tidak hanya kemampuan akademik tetapi juga kreativitas, inovasi, jiwa kewirausahaan (entrepreneurship), dan keterampilan membangun jejaring (relationship). Perguruan tinggi, sebagai lembaga pencetak calon pemimpin dan pelaku ekonomi masa

depan, memiliki peran strategis untuk menumbuhkan dan mengasah kompetensi-kompetensi tersebut di kalangan mahasiswa. Pembelajaran di dalam ruang kelas perlu dilengkapi dengan pengalaman praktis yang kontekstual, memberikan ruang bagi mahasiswa untuk mengaktualisasikan ide, mengelola risiko, dan berinteraksi langsung dengan pasar. Berbagai penelitian dan pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran yang melibatkan praktik langsung (*learning by doing*) seperti praktik usaha, simulasi bisnis, dan keikutsertaan dalam event khusus terbukti efektif dalam meningkatkan kreativitas, inovasi, dan motivasi berwirausaha mahasiswa (Harnani, 2020; Asyari & Qadry, 2022; Fatkhurrahman & Hadiyati, 2021).

Sebagai respons terhadap tantangan ini, Himpunan Mahasiswa Bisnis (HIMABIS) menyelenggarakan kegiatan tahunan Bisnis Fest 2025 dengan mengusung tema “Membangkitkan Entrepreneurship dan Membangun Relationship.” Kegiatan ini dirancang sebagai sebuah platform eksperimental bisnis yang komprehensif, di mana mahasiswa tidak hanya belajar teori kewirausahaan tetapi juga terjun langsung dalam siklus bisnis mini: mulai dari perencanaan produk, pengelolaan modal, strategi pemasaran dan promosi, hingga pelayanan konsumen. Format kegiatan semacam ini sejalan dengan temuan bahwa partisipasi dalam *business festival* atau bazar kewirausahaan dapat secara signifikan meningkatkan keterampilan, motivasi, dan daya saing mahasiswa, serta menjadi wadah untuk menguji produk di pasar (Muniroh et al., 2024; Utami et al., 2022). Program Studi Akuntansi Sektor Publik turut berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini, menunjukkan bahwa prinsip-prinsip kewirausahaan dan kreativitas bisnis relevan dan dapat diterapkan di berbagai disiplin ilmu, termasuk akuntansi sektor publik.

Partisipasi 16 mahasiswa Akuntansi Sektor Publik dengan berbagai produk UMKM di sektor kuliner dan fashion dalam Bisnis Fest 2025 menjadi bukti nyata antusiasme dan potensi kewirausahaan mahasiswa. Kegiatan ini memberikan pengalaman nyata dalam mengelola sebuah usaha kecil, berinteraksi dengan konsumen, bekerja dalam tim, dan beradaptasi dengan dinamika pasar sesaat. Selain itu, acara ini juga berfungsi sebagai laboratorium hidup untuk mengasah *soft skills* penting seperti komunikasi, negosiasi, manajemen waktu, dan penyelesaian masalah, yang merupakan kompetensi kunci bagi seorang wirausaha (Yusup et al., 2024; Maulidya et al., 2025).

Melalui latar belakang ini, laporan ini disusun untuk mendokumentasikan, menganalisis, dan merefleksikan peran Bisnis Fest 2025 sebagai sebuah wadah efektif dalam Membangun Kreativitas dan Semangat Kewirausahaan Mahasiswa. Laporan ini akan menguraikan rangkaian kegiatan, capaian yang diperoleh, kendala yang dihadapi, serta pembelajaran berharga yang dapat menjadi pijakan untuk penyelenggaraan kegiatan serupa yang lebih matang, inovatif, dan berdampak luas di masa mendatang. Dengan demikian, diharapkan semangat kewirausahaan yang telah dibangkitkan dapat terus berkobar dan berkembang menjadi *start-up* potensial yang berkontribusi bagi kemajuan ekonomi, baik lokal maupun nasional (Sholeh & Yusuf, 2020).

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan Bisnis Fest 2025 menggunakan pendekatan pembelajaran berbasis proyek (project-based learning) dan simulasi usaha riil (real business simulation). Pendekatan ini dipilih karena efektif untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan, kreativitas, serta keterampilan manajerial dan pemasaran melalui pengalaman langsung yang terstruktur. Penelitian menunjukkan bahwa metode pembelajaran langsung melalui praktek dan simulasi bisnis dapat secara signifikan meningkatkan motivasi, keterampilan, dan kepercayaan diri mahasiswa dalam berwirausaha (Fatkhurahman & Hadiyati, 2021; Muniroh et al., 2024; Yulian, 2024; Yusup et al., 2024). Program serupa yang memberikan ruang untuk mengimplementasikan ide kreatif juga terbukti menumbuhkan minat dan semangat kewirausahaan (Rahmatiani et al., 2023; Ramlan & Nikmat, 2019).

Kegiatan dilaksanakan dalam satu hari pada tanggal 14 Oktober 2025 di area parkir Gedung KPA/Administrasi Politeknik Negeri Lhokseumawe. Pelaksanaan kegiatan mengikuti tiga tahap utama yang lazim dalam penyelenggaraan event kewirausahaan dan program pengembangan, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi (Sholeh & Yusuf, 2020; Insandi & Ginting, 2024; Riza & Sari, 2022).

Tahap Persiapan: Tahap ini meliputi perencanaan konsep acara, pendaftaran peserta, pembekalan, dan persiapan logistik. Mahasiswa peserta yang tergabung dalam 16 stand UMKM (kuliner dan fashion) diberikan pembekalan mengenai perencanaan produk, desain booth, strategi harga, dan teknik promosi dasar. Pembekalan dan pelatihan pra-acara ini berfungsi untuk membekali mahasiswa dengan pengetahuan praktis sebelum simulasi usaha dimulai, yang telah terbukti meningkatkan kualitas partisipasi dan keberhasilan dalam menghasilkan proyek bisnis (Syarief & Pratiwi, 2024; Utami et al., 2022; Mariana et al., 2025). Pembinaan mental kewirausahaan juga menjadi fokus pada tahap ini untuk mempersiapkan peserta menghadapi tantangan nyata (Riza & Sari, 2022). Panitia juga melakukan koordinasi terkait tata letak, keamanan, konsumsi, dan dokumentasi.

Tahap Pelaksanaan: Tahap inti merupakan simulasi usaha langsung di mana mahasiswa mengoperasikan booth, melayani konsumen, melakukan promosi, dan mengelola transaksi keuangan sederhana. Proses ini dirancang untuk menciptakan pengalaman aplikatif dalam mengelola seluruh aspek usaha kecil secara mandiri, sebagaimana praktik dalam festival bazaar kewirausahaan (Muniroh et al., 2024). Melalui interaksi langsung dengan pengunjung dan situasi pasar yang dinamis, mahasiswa dapat mengasah keterampilan komunikasi, negosiasi, ketelitian, dan kemampuan beradaptasi – elemen-elemen kunci dalam kewirausahaan yang juga diasah dalam kompetisi bisnis (Maulidya et al., 2025). Pengalaman langsung ini juga bertujuan untuk menerapkan pengetahuan kewirausahaan dan kreativitas dalam konteks nyata (Olivia & Nuringsih, 2022; Harnani, 2020). Rangkaian acara juga diisi dengan sesi formal pembukaan, hiburan, dan kunjungan pejabat kampus ke stand-stand untuk memberikan motivasi dan apresiasi.

Tahap Evaluasi: Evaluasi dilakukan secara formatif selama acara berlangsung oleh panitia untuk memastikan kelancaran dan sumatif di akhir kegiatan melalui refleksi bersama. Evaluasi mencakup aspek keterlaksanaan acara, antusiasme peserta dan pengunjung, serta kendala operasional yang dihadapi. Refleksi dan evaluasi pasca-kegiatan ini penting untuk mengidentifikasi capaian pembelajaran, dampak yang dihasilkan, serta area perbaikan, sebagaimana menjadi bagian integral dari program pengabdian dan pelatihan kewirausahaan (Sholeh & Yusuf, 2020; Herlina et al., 2025; Yulian, 2024). Evaluasi juga dapat mencakup aspek keuangan sederhana, mengingat pentingnya literasi keuangan bagi wirausaha pemula (Mariana et al., 2025; Diana et al., 2025). Hasil evaluasi menjadi dasar penyusunan rekomendasi untuk perbaikan dan pengembangan kegiatan serupa di masa depan.

Dengan metode pelaksanaan tiga tahap ini, Bisnis Fest 2025 tidak hanya menjadi acara seremonial, tetapi bertransformasi menjadi sebuah laboratorium kewirausahaan praktis yang memberikan dampak langsung pada pengembangan kompetensi dan karakter wirausaha mahasiswa, sekaligus menjadi wadah aktualisasi program kreativitas mahasiswa di bidang kewirausahaan (Rahmatiani et al., 2023; Ramlan & Nikmat, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Kegiatan

Bisnis Fest 2025 yang diselenggarakan pada tanggal 14 Oktober 2025 berhasil mencapai tujuan utamanya sebagai wahana pembelajaran kewirausahaan praktis bagi mahasiswa. Berikut adalah capaian konkret yang berhasil dihasilkan dari kegiatan ini:

- a. Pelaksanaan Acara yang Lancar: Secara keseluruhan, rangkaian acara dari pembukaan hingga penutupan dapat dilaksanakan sesuai jadwal yang telah direncanakan. Suasana acara berlangsung meriah dan tertib, didukung oleh koordinasi panitia yang baik.



- b. Partisipasi Aktif Mahasiswa: Sebanyak 16 mahasiswa Program Studi Akuntansi Sektor Publik berpartisipasi sebagai pelaku usaha dengan mengelola berbagai booth UMKM di sektor kuliner (seperti Dimsum dan Risol) dan fashion (seperti Jilbab dan Ciput). Semua peserta terlibat secara aktif mulai dari persiapan booth, penjualan, hingga penutupan.



- c. Pencapaian Tujuan Pembelajaran: Berdasarkan observasi dan refleksi, peserta menunjukkan perkembangan dalam beberapa aspek kewirausahaan:
- Kreativitas dan Inovasi: Terlihat dari desain booth yang unik dan upaya diversifikasi produk yang ditawarkan.
 - Keterampilan Manajerial: Peserta belajar mengelola stok barang, keuangan sederhana, dan waktu selama acara berlangsung.

- Keterampilan Komunikasi dan Promosi: Peserta secara aktif melakukan pendekatan dan melayani pembeli, serta mempromosikan produk.
- Kerja Sama Tim: Terjadi kolaborasi yang baik antaranggota dalam satu booth dan dengan panitia pelaksana.



- d. Respon Positif dari Stakeholder: Acara mendapat sambutan dan apresiasi yang baik dari Wakil Direktur, Ketua Jurusan, dosen, serta pengunjung. Kunjungan pejabat kampus ke setiap stand memberikan motivasi langsung kepada peserta.



2. Pembahasan

Hasil-hasil di atas menunjukkan bahwa metode pembelajaran berbasis proyek dan simulasi usaha yang diterapkan dalam Bisnis Fest 2025 terbukti efektif. Pembahasan dilakukan dengan menganalisis kesesuaian hasil terhadap tujuan kegiatan dan teori pembelajaran.

a. Membangun Jiwa dan Keterampilan Wirausaha Melalui Pengalaman Langsung

Pembelajaran eksperiensial (Kolb, 1984) menekankan bahwa pembelajaran paling efektif terjadi melalui pengalaman konkret. Keterlibatan langsung mahasiswa dalam siklus bisnis mini—dari perencanaan, eksekusi, hingga evaluasi penjualan—telah memberikan *concrete experience* yang tidak dapat diperoleh di kelas. Proses ini merupakan esensi dari pembelajaran kreatif melalui praktek usaha (*learning by doing*) yang secara signifikan berpengaruh terhadap kreativitas dan inovasi mahasiswa (Harnani, 2020). Kendala yang dihadapi di lapangan, seperti kesulitan menata booth di awal atau mengatur arus pembeli, justru menjadi bahan refleksi (*reflective observation*) yang berharga untuk pembentukan konsep (*abstract conceptualization*) dan persiapan tindakan (*active experimentation*) di usaha berikutnya. Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas mahasiswa memang berkembang dan berpengaruh langsung terhadap motivasi dalam praktik kewirausahaan (Fatkhurahman & Hadiyati, 2021). Pengalaman ini sejalan dengan tujuan kegiatan untuk tidak sekadar menumbuhkan minat, tetapi membentuk jiwa wirausaha yang adaptif dan berani mengambil tindakan (Insandi & Ginting, 2024).

b. Mendorong Kreativitas dalam Ekosistem yang Kompetitif

Tema acara "Membangkitkan Entrepreneurship dan Membangun Relationship" terwujud dalam dinamika antar booth. Para peserta tidak hanya berjualan, tetapi juga saling mengobservasi strategi promosi, desain display, dan interaksi dengan pembeli. Situasi ini menciptakan lingkungan mikro yang kompetitif namun kolaboratif, yang memacu kreativitas dan inovasi spontan. Peserta belajar bahwa nilai jual tidak hanya pada produk, tetapi juga pada kemasan, pelayanan, dan pengalaman berbelanja yang diberikan—sebuah prinsip penting dalam bisnis modern. Dinamika ini merupakan bentuk nyata dari pengembangan kreativitas melalui kerja kelompok dan pendampingan, di mana mahasiswa ditantang untuk menghasilkan proyek kewirausahaan yang inovatif (Syarief & Pratiwi, 2024; Mariana et al., 2025). Lingkungan kompetitif semacam ini juga terbukti dapat memacu peningkatan motivasi, kreativitas, dan keberanian siswa dalam berpikir wirausaha (Herlina et al., 2025). Kreativitas yang terasah dalam event khusus seperti ini merupakan aplikasi langsung dari pengetahuan kewirausahaan yang diperoleh, dengan dukungan media sosial sebagai alat promosi (Olivia & Nuringsih, 2022).

c. Soft Skills sebagai Output Kritis

Selain keterampilan teknis berjualan, *soft skills* menjadi hasil sampingan (*outcome*) yang sangat bernilai. Keterampilan komunikasi interpersonal, kemampuan bernegosiasi, ketelitian dalam transaksi, ketangguhan menghadapi penolakan, dan kemampuan bekerja dalam tim terasah secara alami melalui interaksi langsung dengan konsumen dan rekan satu tim. Kompetensi ini merupakan fondasi dari sikap profesional dan kesiapan kerja, yang relevan tidak hanya untuk menjadi wirausaha tetapi juga untuk berkarier di sektor profesional manapun, termasuk akuntansi sektor publik. Penguatan *soft skills* seperti kepemimpinan, kerja tim, dan manajemen waktu ini juga menjadi capaian kritis dari keterlibatan mahasiswa dalam kompetisi atau event bisnis sejenis (Maulidya et al., 2025). Proses ini juga melatih mental dan menguatkan kepercayaan diri mahasiswa sebagai calon wirausaha, yang merupakan tujuan penting dari pembinaan kewirausahaan (Riza & Sari, 2022; Yulian, 2024).

d. Refleksi atas Kendala dan Ruang Perbaikan

Beberapa kendala yang muncul, seperti keterlambatan persiapan sebagian peserta dan keterbatasan ruang, justru memberikan pelajaran penting tentang pentingnya perencanaan detail dan manajemen logistik. Hal ini memperkuat temuan bahwa keberhasilan program kewirausahaan sangat bergantung pada persiapan dan koordinasi yang matang, serta pembekalan yang memadai bagi peserta (Sholeh & Yusuf, 2020; Utami et al., 2022). Pengalaman mengatasi kendala operasional ini menjadi bagian dari pembelajaran manajemen yang berharga. Evaluasi terhadap kendala ini menjadi dasar untuk rekomendasi perbaikan, seperti perlunya pembekalan yang lebih intensif dan terstruktur sebelum acara, mirip dengan pelatihan ideasi dan prototyping yang sistematis (Yusup et al., 2024), serta sosialisasi dan panduan teknis yang lebih jelas. Rekomendasi lain yang muncul adalah pentingnya integrasi literasi keuangan praktis dalam pembekalan, mengingat pengelolaan transaksi tunai menjadi pengalaman baru bagi banyak peserta. Pelatihan aplikasi keuangan sederhana dapat meningkatkan kapasitas mahasiswa dalam pencatatan keuangan dasar (Diana et al., 2025; Mariana et al., 2025). Ruang perbaikan ini menunjukkan bahwa Bisnis Fest bukanlah tujuan akhir, melainkan satu siklus dalam proses berkelanjutan untuk membangun wirausaha muda yang kreatif, inovatif, dan tangguh (Rahmatiani et al., 2023).

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan dan analisis kegiatan, dapat disimpulkan bahwa Bisnis Fest 2025 telah berhasil menjadi laboratorium kewirausahaan praktis yang efektif bagi mahasiswa. Integrasi metode pembelajaran berbasis proyek dan simulasi usaha riil terbukti mampu membangun jiwa dan mental kewirausahaan melalui pengalaman langsung mengelola siklus bisnis lengkap. Kegiatan ini juga berhasil memacu kreativitas dan inovasi dalam ekosistem yang kompetitif, serta mengasah keterampilan

praktis dan *soft skills* penting seperti komunikasi dan kerja tim melalui interaksi nyata dengan pasar. Selain capaian positif, kendala operasional yang muncul selama acara memberikan pembelajaran berharga tentang manajemen logistik dan perencanaan detail, yang menjadi dasar berharga untuk perbaikan di masa depan.

SARAN

Untuk mengoptimalkan dampak dan keberlanjutan kegiatan serupa, diajukan beberapa saran. Bagi panitia penyelenggara mendatang, disarankan untuk meningkatkan kualitas pembekalan peserta melalui workshop terstruktur dan menyediakan panduan teknis yang lebih komprehensif. Lembaga disarankan untuk menginstitutionalkan kegiatan ini sebagai program tahunan dan mengintegrasikannya dengan kurikulum akademik untuk pengakuan yang lebih formal. Bagi peserta mahasiswa, disarankan untuk melakukan analisis mendalam atas pengalaman sebagai bahan pengembangan bisnis lebih lanjut, serta aktif memanfaatkan program kewirausahaan kampus lainnya untuk mengembangkan potensi wirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Diana, D., Mariana, M., Alfianti, J., & Kamaliah, N. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan aplikasi keuangan di Desa Binaan Politeknik Negeri Lhokseumawe. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Desa (JPMD)*, 6(2), 525–537.
- Fatkurahman, F., & Hadiyati, H. (2021). Kreativitas berwirausaha dan dampaknya pada motivasi praktek kewirausahaan mahasiswa. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 131–138. <https://doi.org/10.24853/JMMB.2.1.131-138>
- Harnani, N. (2020). Model pembelajaran kewirausahaan kreatif melalui praktek usaha dalam menumbuhkan kreatifitas dan inovatif mahasiswa (studi pada mahasiswa manajemen di Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Winaya Mukti Kota Bandung). *Sosiohumaniora*, 22(1). <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v22i1.24510>
- Herlina, Y., Hanila, S., Effendi, B., Putri, A. R., Candriani, A., & Mulyadi, S. (2025). Spirit of entrepreneurship: Wujudkan ide, ciptakan peluang pada siswa SMKN 3 Kabupaten Seluma. *Jurnal Pengabdian Nusantara*, 2(3). <https://doi.org/10.63545/juan.v2.i3.158>
- Insandi, A. M., & Ginting, T. T. M. (2024). Meningkatkan wawasan inovasi dan kewirausahaan bagi mahasiswa baru melalui PKKMB di Institut Bisnis dan Komputer Indonesia. *Jurnal Pengabdian Sosial*. <https://doi.org/10.59837/nby54m04>
- Mariana, M., Firdaus, A., Putri, M. F., & Sadrina, C. A. R. (2025). Pengabdian berbasis konservasi: Penanaman pohon sebagai upaya mitigasi abrasi pantai. *Jurdimas Alkhidmah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 12–23.

- Mariana, M., Kamaliah, N., Jannah, M., Hutajulu, A. S., & Amalia, A. (2025). Peran dosen dalam mendampingi mahasiswa melaksanakan kegiatan sosial di masyarakat. *Jurdimas Alkhidmah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 35–43.
- Mariana, M., Kusumo, Y. W., Muhammad, M., Sartina, K., A'zizah, A., & Yusriadi, Y. (2025). Integrating financial literacy and digital marketing for craft MSMEs in Aceh: Strategic initiatives for business sustainability. *TAAWUN*, 5(01), 123–137.
- Mariana, M., Kusumo, Y. W., Ramadana, S. W., Rahmaniar, R., Rahmad, R., & Kamaliah, N. (2025). Penguatan manajemen keuangan UMKM Batik Solo melalui pelatihan dan penyuluhan berkelanjutan. *Bakti Cendana*, 8(2), 152–160.
- Maulidya, T. I., Ariq, M., Putri, S. A., Thalita, S. A., Humaira, C. R., Harahap, S., Mariana, M., & Firdaus, A. (2025). Keterlibatan mahasiswa sebagai agen penggerak dalam event mega off vocational business competition. *Jurdimas Alkhidmah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 24–34.
- Muniroh, M., Tamzil, F., & Muhmin, A. H. (2024). Membangun ide bisnis dari nol pada mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2). <https://doi.org/10.55681/ejoin.v2i2.2374>
- Olivia, M., & Nuringsih, K. (2022). Peran pengetahuan kewirausahaan dan media sosial dalam pengembangan kreativitas berwirausaha. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 6(1). <https://doi.org/10.24912/jmieb.v6i1.13360>
- Rahmatiani, L., Mulyadi, D., & Khalida, L. R. (2023). Menumbuhkan minat kewirausahaan mahasiswa melalui program kreativitas mahasiswa (PKM) pada mata kuliah entrepreneur. *Buana Ilmu*, 7(2). <https://doi.org/10.36805/bi.v7i2.5373>
- Ramlan, P., & Nikmat, R. (2019). Pendekatan manajemen strategik dalam meningkatkan minat wirausaha mahasiswa melalui program kreativitas mahasiswa-kewirausahaan (PMK-K). *Moderat*, 5(3). <https://doi.org/10.25147/MODERAT.V5I3.2678>
- Riza, M. D., & Sari, D. M. M. (2022). Pembinaan program kreatifitas mahasiswa dalam motivasi menguatkan mental dan menumbuhkan jiwa kewirausahaan di Desa Kesambi Kecamatan Porong Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia*, 1(3). <https://doi.org/10.55542/jppmi.v1i3.226>
- Sholeh, M., & Yusuf, M. (2020). Dampak positif kegiatan program pengembangan kewirausahaan sebagai upaya meningkatkan daya minat kewirausahaan bagi mahasiswa. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 11(2). <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v11i2.2563>
- Syarief, A., & Pratiwi, M. (2024). Inisiasi proyek kewirausahaan untuk meningkatkan kreatifitas wirausaha mahasiswa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(7). <https://doi.org/10.55681/ejoin.v2i7.3125>
- Utami, D. P., Hasanah, U., Windani, I., Wicaksono, I. A., Widiyantono, D., & Zulfanita, Z. (2022). Penguatan minat wirausaha mahasiswa melalui pendampingan penyusunan proposal program kreativitas mahasiswa-kewirausahaan pada mahasiswa program studi agribisnis Universitas Muhammadiyah Purworejo. *Selaparang Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(2). <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i2.8787>

- Yulian, F. D. (2024). Membangkitkan semangat kreativitas berwirausaha di kalangan siswa SMKN 2 Cihara. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2). <https://doi.org/10.34306/adimas.v4i2.1072>
- Yusup, A. K., Josephine, C., Limanto, K. A., Dewi, T. D. K., & Putri, K. (2024). Membangun entrepreneur muda di kalangan siswa melalui pelatihan ideasi dan pitching. *SHARE: SHaring - Action - REflection*, 10(2), 61–69. <https://doi.org/10.9744/share.10.2.61-69>