

## PENGUATAN JIWA KEWIRUSAHAAN MAHASISWA MELALUI INOVASI PRODUK MINUMAN BLUE SQUASH PADA KEGIATAN BISNIS FEST 2025

**Rara Amanda<sup>1</sup>, Fina Karmina<sup>2</sup>, Syifa Yura<sup>3</sup>, Aura Lidya<sup>4</sup>, Muhammad Ariq<sup>5</sup>,  
Mariana<sup>6</sup>, Anhar Firdaus<sup>6</sup>, Zikra Hayati<sup>7</sup>**

**Jurusan Bisnis, Politeknik Negeri Lhokseumawe**

[raraamanda.net2025@gmail.com](mailto:raraamanda.net2025@gmail.com)<sup>1</sup>, [finakarmina13@gmail.com](mailto:finakarmina13@gmail.com)<sup>2</sup>, [syifayuraaa@gmail.com](mailto:syifayuraaa@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[auralidya@gmail.com](mailto:auralidya@gmail.com)<sup>4</sup>, [muhmmadariq180106@gmail.com](mailto:muhmmadariq180106@gmail.com), [mariana@pnl.ac.id](mailto:mariana@pnl.ac.id)<sup>5</sup>,  
[anhar.firdaus@pnl.ac.id](mailto:anhar.firdaus@pnl.ac.id)<sup>6</sup>, [zhayati577@gmail.com](mailto:zhayati577@gmail.com)<sup>7</sup>

### **Abstract**

*Strengthening the entrepreneurial spirit of students is a strategic step in preparing an independent and competitive young generation. This article describes the implementation and results of a community service activity in the form of student participation in Bisnis Fest 2025 by featuring the innovative product Blue Squash beverage. The implementation method used a participatory-educative approach and experiential learning, where students were directly involved in the entire micro-business cycle from planning, production, marketing, to evaluation with lecturer mentoring. The activity results indicate that this participation effectively enhanced students' entrepreneurial spirit, interest, and skills. The Blue Squash product was successfully accepted in the market with positive responses from visitors, while also serving as a real learning medium that honed soft skills such as teamwork, communication, and adaptability. This activity proves that project-based learning and direct experience in a real business arena are effective methods for instilling entrepreneurial spirit, mindset, and competencies in students, while also opening the potential for sustainable micro-business development.*

**Keywords:** *Entrepreneurial Spirit, Product Innovation, Experiential Learning*

### **Abstrak**

Penguatan jiwa kewirausahaan mahasiswa merupakan langkah strategis dalam menyiapkan generasi muda yang mandiri dan berdaya saing. Artikel ini mendeskripsikan implementasi dan hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat berupa partisipasi mahasiswa dalam Bisnis Fest 2025 dengan mengusung produk inovasi minuman Blue Squash. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif-edukatif dan *experiential learning*, di mana mahasiswa terlibat langsung dalam seluruh siklus bisnis mikro mulai dari perencanaan, produksi, pemasaran, hingga evaluasi dengan pendampingan dosen. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa partisipasi ini secara efektif meningkatkan semangat, minat, dan keterampilan kewirausahaan mahasiswa. Produk Blue Squash berhasil diterima pasar dengan respon positif dari pengunjung, sekaligus menjadi media pembelajaran nyata yang mengasah soft skills seperti kerja tim, komunikasi, dan kemampuan beradaptasi. Kegiatan ini membuktikan bahwa pembelajaran berbasis proyek dan pengalaman langsung di arena bisnis riil merupakan metode yang efektif untuk menanamkan jiwa, pola pikir (*mindset*), dan kompetensi kewirausahaan pada mahasiswa, sekaligus membuka potensi pengembangan usaha mikro yang berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Jiwa Kewirausahaan, Inovasi Produk, *Experiential Learning*

### **PENDAHULUAN**

Pengembangan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa menjadi salah satu fokus penting dalam dunia pendidikan tinggi, khususnya dalam menghadapi tantangan global dan persaingan dunia kerja yang semakin kompleks. Perguruan tinggi tidak

hanya dituntut menghasilkan lulusan yang unggul secara akademik, tetapi juga mampu menciptakan peluang usaha secara mandiri melalui kreativitas, inovasi, dan kemampuan manajerial yang baik (Bari, 2018; Syarief & Pratiwi, 2024).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) berbasis kewirausahaan merupakan salah satu bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi yang berorientasi pada pemberdayaan dan pengembangan potensi mahasiswa. Mahasiswa memperoleh pengalaman langsung dalam merancang, memproduksi, serta memasarkan produk secara nyata kepada masyarakat. Pendekatan *experiential learning* dalam kewirausahaan terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman konseptual, keterampilan praktis, serta sikap profesional mahasiswa dalam menjalankan usaha (Gau & Mbaya, 2025; Wijayanti et al., 2022). Salah satu cara yang paling efektif untuk membangun jiwa kewirausahaan mahasiswa adalah dengan mengembangkan proses kreativitas mereka (Syarief & Pratiwi, 2024).

Bisnis Fest 2025 yang diselenggarakan oleh Himpunan Mahasiswa Bisnis (HIMABIS) Politeknik Negeri Lhokseumawe menjadi wadah strategis dalam menumbuhkan dan memperkuat jiwa kewirausahaan mahasiswa. Kegiatan ini sebagai ajang pameran produk UMKM mahasiswa, sebagai sarana pembelajaran kolaboratif yang mengintegrasikan aspek inovasi produk, strategi pemasaran, komunikasi bisnis, dan kerja sama tim. Pengembangan kewirausahaan semacam ini bertujuan untuk meningkatkan pelaku wirausaha muda yang memiliki keterampilan dan kecakapan dalam membuka peluang usaha baru (Sholeh & Yusuf, 2020). Proses kegiatan dirancang dan dilaksanakan mahasiswa secara mandiri dengan pendampingan dosen.

Salah satu bentuk inovasi produk yang ditampilkan dalam kegiatan ini adalah minuman Blue Squash, yang merupakan hasil kreativitas mahasiswa Program Studi Akuntansi Sektor Publik. Produk ini dikembangkan dengan mengedepankan inovasi cita rasa, tampilan visual yang menarik, serta harga yang terjangkau bagi konsumen, sejalan dengan temuan bahwa inovasi produk merupakan kekuatan utama dalam membentuk kemampuan mengembangkan minat berwirausaha (Sukirman et al., 2020). Kehadiran produk Blue Squash tidak hanya mencerminkan kemampuan mahasiswa dalam menciptakan produk bernilai jual, tetapi juga menjadi media pembelajaran dalam mengasah kemampuan promosi, pelayanan konsumen, serta pengelolaan usaha secara sederhana namun sistematis. Pelatihan berbasis produk kreatif seperti ini telah terbukti secara signifikan meningkatkan pemahaman dan jiwa inovatif peserta (Gau & Mbaya, 2025; Asmoro et al., 2024).

Melalui kegiatan Bisnis Fest 2025, mahasiswa diharapkan mampu menginternalisasi nilai-nilai kewirausahaan seperti kemandirian, kreativitas, keberanian mengambil risiko, serta kemampuan membangun relasi bisnis (Maulana, 2018; Farida & Megawati, 2018). Kegiatan ini menjadi langkah nyata dalam mendukung penguatan jiwa kewirausahaan mahasiswa sekaligus mendorong lahirnya produk-produk kreatif yang berpotensi dikembangkan menjadi usaha berkelanjutan. Pengabdian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam menciptakan generasi muda yang tidak hanya siap kerja, tetapi juga siap menciptakan lapangan pekerjaan.

## METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan ini dirancang dengan pendekatan partisipatif dan kolaboratif, mengacu pada model pelatihan dan pendampingan berjenjang yang telah terbukti efektif dalam pengembangan kewirausahaan mahasiswa. Tahap pertama adalah persiapan dan perencanaan, dimana mahasiswa melakukan observasi dan identifikasi peluang usaha untuk menciptakan produk inovatif Blue Squash. Tahap ini mengadopsi prinsip pendampingan partisipatif yang diterapkan dalam kegiatan penanaman pohon untuk mitigasi abrasi, dimana survei lokasi dan perencanaan partisipatif menjadi kunci keberhasilan (Mariana dkk., 2025).

Tahap kedua berupa pelaksanaan dan pendampingan aktif selama kegiatan Bisnis Fest 2025. Metode ini melibatkan pendekatan *learning by doing* dimana mahasiswa langsung mempraktikkan produksi, pemasaran, dan manajemen keuangan sederhana. Pendampingan dosen dilakukan secara intensif sebagaimana diterapkan dalam pendampingan mahasiswa kegiatan sosial dan kompetisi bisnis (Mariana dkk., 2025; Maulidya dkk., 2025). Pelatihan praktis semacam ini terbukti efektif meningkatkan pemahaman dari 25% menjadi 80% pada pelatihan kewirausahaan berbasis produk kreatif (Gau & Mbaya, 2025).

Tahap ketiga adalah evaluasi dan refleksi pasca kegiatan. Evaluasi dilakukan melalui diskusi kelompok dan analisis respons konsumen terhadap produk Blue Squash, mengikuti model evaluasi yang digunakan dalam kegiatan pelatihan aplikasi keuangan digital UMKM (Diana dkk., 2025). Tahap refleksi ini penting untuk mengonsolidasi pembelajaran dan merencanakan pengembangan produk lebih lanjut, sebagaimana praktik evaluasi dalam berbagai kegiatan pengabdian masyarakat berbasis kewirausahaan (Saputri dkk., 2023; Wijayanti dkk., 2022).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Kegiatan

Kegiatan penguatan jiwa kewirausahaan melalui inovasi produk minuman Blue Squash pada Bisnis Fest 2025 berhasil dilaksanakan dengan melibatkan 5 mahasiswa Program Studi Akuntansi Sektor Publik. Produk yang dikembangkan merupakan minuman inovatif dengan cita rasa segar dan tampilan visual yang menarik, dijual dalam kemasan praktis dengan harga terjangkau (Rp. 10.000 per cup).



## 1. Capaian Kuantitatif:

- Produksi & Penjualan: Berhasil memproduksi dan menjual 85 cup minuman Blue Squash selama 3 sesi bazar (total 60 menit).
- Pendapatan & Keuntungan: Total pendapatan mencapai Rp 850.000 dengan keuntungan kotor sekitar Rp 340.000 (asumsi margin 40%). Capaian ini menunjukkan potensi komersial produk dan sejalan dengan temuan bahwa pelatihan kewirausahaan berbasis produk dapat menghasilkan keuntungan signifikan, bahkan hingga 200% dari modal awal (Gau & Mbaya, 2025).
- Respon Pengunjung: Produk menerima 45 feedback langsung, di mana 80% di antaranya sangat positif terhadap rasa dan kemasan, 15% memberikan saran perbaikan, dan 5% netral. Tingkat penerimaan yang tinggi ini konsisten dengan hasil kegiatan serupa, dimana pelatihan produk minuman kekinian berhasil meningkatkan pemahaman peserta menjadi 100% dan menumbuhkan minat berwirausaha pada 80% peserta (Asmoro dkk., 2024).



## 2. Capaian Kualitatif & Pembelajaran:

- Penguatan Soft Skills: Peserta melaporkan peningkatan yang nyata dalam kemampuan kerja tim, komunikasi bisnis, negosiasi, dan kemampuan beradaptasi menghadapi konsumen langsung. Hal ini memperkuat temuan Maulidya dkk. (2025) bahwa keterlibatan dalam kompetisi bisnis secara efektif memperkuat soft skills mahasiswa seperti kepemimpinan dan manajemen waktu.
- Pengalaman Siklus Bisnis Lengkap: Mahasiswa mengalami secara langsung seluruh mata rantai nilai usaha mikro, mulai dari perencanaan bahan baku, produksi, penetapan harga, promosi, hingga pelayanan konsumen dan

pembuktian sederhana. Pengalaman nyata (*experiential learning*) ini merupakan metode paling efektif untuk menumbuhkan jiwa inovatif dan kepercayaan diri dalam berwirausaha (Putri dkk., 2024; Wijayanti dkk., 2022).

- Validasi Ide Produk: Keberhasilan penjualan dan antusiasme pengunjung menjadi validasi pasar (*market validation*) awal bahwa Blue Squash memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut. Ini mencerminkan prinsip utama kewirausahaan bahwa inovasi produk merupakan kekuatan dalam membentuk minat dan kemandirian berusaha (Sukirman dkk., 2020).



## Pembahasan

### 1. Efektivitas Metode *Experiential Learning* dalam Kewirausahaan

Hasil kegiatan membuktikan bahwa metode pembelajaran berbasis pengalaman langsung (*experiential learning*) melalui partisipasi dalam event bisnis nyata sangat efektif untuk menginternalisasi nilai-nilai kewirausahaan. Mahasiswa tidak hanya memahami teori, tetapi juga menghadapi tantangan riil seperti fluktuasi permintaan, kompetisi dengan stan lain, dan manajemen kas harian. Pendekatan ini sejalan dengan penelitian Rahmawati & Nugrahani (2019) yang menyimpulkan bahwa pendekatan

kreatif-inovatif sangat efektif untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan. Keberhasilan ini juga diperkuat oleh pendampingan aktif dosen, yang berperan sebagai fasilitator dan mentor, mirip dengan peran pendampingan dalam kegiatan sosial dan kompetisi yang mampu meningkatkan partisipasi dan semangat belajar (Mariana dkk., 2025; Maulidya dkk., 2025).

## **2. Inovasi Produk sebagai Katalis Jiwa Kewirausahaan**

Pengembangan Blue Squash sebagai produk inovatif berperan sebagai katalis konkret yang memicu semangat, kreativitas, dan rasa kepemilikan (*sense of ownership*) mahasiswa terhadap usahanya. Proses dari ide hingga produk jadi yang diterima pasar memberikan kepuasan intrinsik dan motivasi yang kuat. Temuan ini memperkuat pernyataan Syarie & Pratiwi (2024) bahwa mengembangkan proses kreativitas mahasiswa adalah cara efektif untuk membangun jiwa kewirausahaan, serta penelitian Erlinda dkk. (2023) yang menegaskan bahwa inovasi dan kreativitas adalah kunci pembentukan jiwa wirausaha generasi muda.

## **3. Integrasi Kemampuan Akademik dan Praktik Bisnis**

Kegiatan ini berhasil mendemonstrasikan bagaimana kemampuan akademik di bidang Akuntansi Sektor Publik dapat diintegrasikan dengan praktik bisnis riil. Mahasiswa menerapkan prinsip-prinsip akuntansi sederhana untuk menghitung *cost of goods sold*, margin keuntungan, dan arus kas. Integrasi keilmuan dengan praktik semacam ini merupakan bentuk penerapan dari model pembelajaran berbasis produksi yang dikembangkan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan (Mukminin & Purwanti, 2021). Selain itu, kegiatan ini juga selaras dengan program pengembangan kewirausahaan (PPK) yang dirancang untuk membuka peluang unit bisnis baru berbasis sains dan teknologi (Sholeh & Yusuf, 2020).

## **4. Membangun *Mindset Entrepreneurial* dan Jejaring**

Di luar aspek finansial, keuntungan terbesar dari kegiatan ini adalah pergeseran *mindset* mahasiswa dari pencari kerja (*job seeker*) menjadi pencipta peluang (*job creator*). Interaksi dengan pengunjung, sesama peserta, dan pihak industri selama bazar juga mulai membangun jejaring (*networking*) awal yang berharga. Pembangunan relasi ini adalah esensi dari tema Bisnis Fest 2025, "Membangkitkan Entrepreneurship dan Membangun Relationship", dan sejalan dengan strategi membangun minat wirausaha melalui forum dan kolaborasi (Ramlan & Nikmat, 2019).

## **5. Tantangan dan Refleksi untuk Keberlanjutan**

Meski berhasil, kegiatan ini menghadapi tantangan seperti keterbatasan waktu produksi di lokasi dan persaingan antarsesama peserta. Refleksi ini menghasilkan rekomendasi penting untuk kegiatan serupa di masa depan: perlu adanya pelatihan pra-event yang lebih intensif mengenai manajemen operasional, strategi pemasaran diferensiasi, dan dasar-dasar financial literacy bagi UMKM, sebagaimana telah

diimplementasikan secara efektif dalam program pelatihan pengelolaan keuangan untuk UMKM batik dan kerajinan (Mariana dkk., 2025; Diana dkk., 2025). Dengan demikian, produk seperti Blue Squash tidak hanya berhenti pada satu event, tetapi dapat dikembangkan menjadi usaha mikro yang berkelanjutan (*sustainable micro-business*), mengacu pada model pemberdayaan yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan kemandirian usaha (Saputri dkk., 2023).

## KESIMPULAN

Kegiatan Bisnis Fest 2025 dengan produk inovasi minuman Blue Squash telah berhasil menjadi media pembelajaran yang efektif untuk memperkuat jiwa kewirausahaan mahasiswa. Melalui pendekatan pembelajaran langsung (*experiential learning*) dan pendampingan kolaboratif, mahasiswa tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis tetapi juga mengembangkan keterampilan praktis dalam mengelola usaha mulai dari perencanaan, produksi, pemasaran, hingga pelayanan konsumen. Produk Blue Squash berhasil diterima pasar dengan respon positif, sekaligus menjadi bukti nyata bahwa kreativitas dan inovasi mahasiswa memiliki potensi komersial yang dapat dikembangkan lebih lanjut. Secara lebih luas, partisipasi dalam kegiatan ini telah menanamkan *mindset* kewirausahaan, meningkatkan kepercayaan diri, serta mengasah berbagai soft skill penting seperti kerja sama tim, komunikasi, dan kemampuan memecahkan masalah. Pengalaman langsung menghadapi dinamika pasar riil menjadi pembelajaran berharga yang membekali mahasiswa untuk siap tidak hanya sebagai pencari kerja tetapi juga sebagai pencipta lapangan kerja di masa depan.

## SARAN

Untuk mengoptimalkan dampak dan keberlanjutan kegiatan serupa di masa mendatang, disarankan agar penyelenggara menyediakan pelatihan pra-event yang lebih komprehensif. Pelatihan ini dapat mencakup materi literasi keuangan usaha mikro, strategi branding dan pemasaran digital, serta teknik negosiasi dan pelayanan pelanggan, sehingga persiapan mahasiswa lebih matang sebelum terjun ke lapangan. Di sisi lain, bagi mahasiswa pelaku usaha disarankan untuk terus mengembangkan produk berdasarkan masukan konsumen dan tren pasar. Inovasi dapat dilakukan dengan menambah varian rasa, memperbaiki kemasan, atau memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan pemasaran. Pembentukan komunitas wirausaha mahasiswa juga akan sangat bermanfaat untuk saling berbagi pengalaman, sumber daya, dan menciptakan sinergi dalam mengembangkan usaha yang lebih berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asmoro, N. W., Tari, A. I. N., & Hartati, S. (2024). Entrepreneur Siswa-Siswi SMK: Melalui Pengembangan Produk Minuman Kekinian. *IJECS Indonesian Journal of Empowerment and Community Services*, 5(1). <https://doi.org/10.32585/ijecs.v5i1.4915>

- Bari, A. (2018). Menumbuhkan Entrepreneurship Dikalangan Mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 45-56.
- 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.
- Erlinda, S. P., Nofianti, E. A., Cavalera, F., & Eko, M. R. (2023). Mebangkitkan Jiwa Inovatif dan Kreativitas dalam Pembentukan Jiwa Wirausaha Generasi Muda. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bersinergi Inovatif*, 1(1). <https://doi.org/10.61674/jpkmbi.v1i1.90>
- Farida, L. E., & Megawati, M. (2018). Strategi Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan yang Kreatif dan Inovatif. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 78-89.
- Gau, M. W., & Mbaya, N. L. (2025). Membangun Jiwa Wirausaha: Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Produk Kreatif untuk Siswa SMA. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1). <https://doi.org/10.64198/abdinusantara.v1i1.15>
- Leatemala, S., & Pattinaja, E. (2023). Pelatihan Menumbuhkan Jiwa Entrepreneurship Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. *Kontribusi: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2). <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v3i2.227>
- 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., Ramadana, S. W., Rahmani, R., Rahmad, R., & Kamaliah, N. (2025). Penguatan Manajemen Keuangan UMKM Batik Solo melalui Pelatihan dan Penyuluhan Berkelanjutan. *Bakti Cendana*, 8(2), 152-160.
- 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.
- Maulana, H. (2018). Pengembangan Jiwa Kewirausahaan: Studi Kasus Terhadap Mahasiswa yang Berwirausaha di Yogyakarta. *Jurnal Kewirausahaan*, 7(2), 120-135.
- 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.
- Mukminin, A., & Purwanti, E. Y. (2021). Pengembangan Jiwa Kewirausahaan di Kalangan Mahasiswa STAIMAS Wonogiri dengan Model Pembelajaran Berbasis Produksi. *Paramurobi: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 4(2). <https://doi.org/10.32699/paramurobi.v4i2.2104>

- Putri, T. D., Azliyanti, E., Utami, W., Putri, R. A., Nikmah, I. M., & Julia, J. (2024). Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Mandiri dan Berfikir Inovatif Melalui Pemberian Pengalaman Nyata Pada Siswa SMA N 1 Gunung Talang Kabupaten Solok. *Diklat Review : Jurnal manajemen pendidikan dan pelatihan*, 8(3). <https://doi.org/10.35446/diklatreview.v8i3.1908>
- Rahmawati, S., & Nugrahani, T. (2019). Pengembangan Pendekatan Kreatif Inovatif untuk Meningkatkan Jiwa Kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 7(2), 129-144. <https://doi.org/10.26740/JEPK.V7N2.P129-144>
- Ramlan, P., & Nikmat, R. (2019). Pendekatan Manajemen Strategik dalam Meningkatkan Minat Wirausaha Mahasiswa melalui Program Kreativitas Mahasiswa-Kewirausahaan (PMK-K). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(3). <https://doi.org/10.25147/MODERAT.V5I3.2678>
- Salmah, N. N. A., Mafra, N., & Damayanti, R. (2019). Pengembangan Jiwa Kewirausahaan melalui Kreativitas dan Inovasi Siswa SMA Negeri 1 Indralaya Selatan Ogan Ilir. *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 3(2). <https://doi.org/10.30734/J-ABDIPAMAS.V3I2.336>
- Saputri, R. K., Februyani, N., Pitaloka, R. I. K., Wulandari, V. A. D., & Nafisah, R. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Kewirausahaan Mahasiswa untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Wirausaha. *Journal of Research Applications in Community Service*, 2(3). <https://doi.org/10.32665/jarcoms.v2i3.1920>
- Sholeh, M., & Yusuf, M. (2020). Dampak Positif Kegiatan Program Pengembangan Kewirausahaan sebagai Upaya Meningkatkan Daya Minat Kewirausahaan bagi Mahasiswa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 11(2). <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v11i2.2563>
- Sukirman, S., Afifi, Z., & Zazuli, A. (2020). Analisis Kemandirian Usaha Mahasiswa melalui Inovasi Produk, Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Minat Berwirausaha. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10(1). <https://doi.org/10.18196/bti.111132>
- 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>
- Wijayanti, K., Ariyanto, A., & Sudarsono, A. (2022). Menumbuhkan Minat Wirausaha melalui Pelatihan Pembuatan Minuman Kekinian. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Jotika*, 2(1). <https://doi.org/10.56445/jppmj.v2i1.39>