

Implementasi Pekan Kewirausahaan dalam Membentuk SDM Kreatif dan Inovatif pada Mata Kuliah Praktik Universitas Mandiri

Dewi Untari¹, Yanti²

^{1,2} Universitas Mandiri, Subang, Jawa Barat, Indonesia

Email Corresponding Author : dew11untari@gmail.com

ABSTRAK

Pekan Kewirausahaan di Universitas Mandiri menerapkan model *experiential learning* pada Mata Kuliah Praktik Kewirausahaan guna menyatukan teori dengan praktik bisnis riil. Kajian kualitatif deskriptif ini memetakan pelaksanaan kegiatan tersebut serta dampaknya bagi pembentukan karakter dan kompetensi wirausaha mahasiswa. Data digali langsung dari para mahasiswa peserta mata kuliah yang terlibat dalam agenda tersebut. Temuan lapangan mengonfirmasi bahwa program ini berhasil membangun pola pikir kewirausahaan, bukan sekadar menjadi wadah berjualan. Aspek kepercayaan diri, komunikasi bisnis, kreativitas, kerja sama tim, hingga pengambilan keputusan mahasiswa berkembang secara nyata. Mahasiswa juga mendapat modal berharga berupa pengalaman mengelola risiko, menghadapi dinamika pasar, dan mengevaluasi kinerja bisnis. Selain itu, kegiatan ini memperkuat pemenuhan capaian *Outcome Based Education* (OBE) melalui bukti konkret berupa produk, laporan usaha, dan refleksi mandiri. Aktivitas ini menjadi model pembelajaran aplikatif yang efektif untuk melahirkan lulusan yang mandiri, inovatif, dan siap bersaing di dunia usaha.

Kata Kunci : Kewirausahaan; Praktik Kewirausahaan; Kreatif dan Inovatif

ABSTRACT

Entrepreneurship Week at Mandiri University applies an experiential learning model in the Entrepreneurship Practice course to bridge business theory and real-world practice. This descriptive qualitative study delineates the program's execution and analyzes its impact on developing students' entrepreneurial character and skills. The research subjects comprised students enrolled in the course who actively participated in the event. The results indicate that the program successfully shapes an entrepreneurial mindset rather than merely serving as a marketplace. Students demonstrated significant improvements in self-confidence, business communication, product creativity, teamwork, and real-time decision-making. Direct exposure to market challenges, risk management, and business evaluation provided valuable practical experience. Furthermore, the initiative reinforces Outcome-Based Education (OBE) achievements, evidenced by tangible outputs such as products, business

reports, and learning reflections. This model proves effective as an applied learning framework to develop innovative, independent graduates ready for business dynamics.

Keywords: *Entrepreneurship; Entrepreneurial Practice; Creative and Innovative*

PENDAHULUAN

Keterampilan praktis dalam mendirikan dan mengelola bisnis kini wajib dimiliki mahasiswa guna menghadapi persaingan dunia usaha yang kian ketat, di samping penguasaan kemampuan akademik. Pembentukan lulusan yang inovatif, kreatif, serta adaptif terhadap pergeseran ekonomi global menjadi tanggung jawab perguruan tinggi selaku institusi pendidikan. Langkah nyata untuk merealisasikan tujuan tersebut ditempuh melalui pelaksanaan Pekan Kewirausahaan, yang mengimplementasikan Mata Kuliah Praktik Kewirausahaan di Universitas Mandiri. Pengalaman nyata dalam merencanakan, membuat, memasarkan, hingga mengevaluasi produk atau jasa diberikan kepada mahasiswa lewat Pekan Kewirausahaan, sebuah aktivitas akademik berbasis praktik. Melalui program ini, teori kewirausahaan dari ruang kelas diaplikasikan langsung pada sektor riil. Mahasiswa dapat mendalami sekaligus mempraktikkan konsep perencanaan bisnis, analisis pasar, manajemen keuangan, beserta strategi pemasaran secara nyata.

Pengembangan *entrepreneurial mindset*, keberanian mengambil risiko, kecakapan inovasi, kepemimpinan, kolaborasi tim, dan *problem solving* dilatih secara intensif selama Pekan Kewirausahaan. Kepercayaan diri serta kecakapan komunikasi bisnis saat berinteraksi langsung dengan pelanggan pun turut terbangun lewat agenda ini. Bagi institusi, visi Universitas Mandiri untuk menghasilkan lulusan yang unggul, mandiri, dan berdaya saing didukung penuh oleh pelaksanaan Pekan Kewirausahaan. Budaya berwirausaha di lingkungan kampus dapat tumbuh berkat kegiatan ini, yang sekaligus mengarahkan orientasi mahasiswa agar menjadi *job creator* dan bukan sekadar *job seeker*. Pekan Kewirausahaan menjadi bagian integral dari *experiential learning*, bukan agenda seremonial belaka. Penguasaan dinamika dunia usaha secara menyeluruh dan kesiapan terjun ke industri setelah lulus diharapkan dapat dicapai mahasiswa lewat program ini. Merujuk pada teori pendidikan kewirausahaan oleh Hassan, A. et al. (2022), proses edukasi ini berfokus pada pembentukan pola pikir, kreativitas, kecakapan inovasi, serta keberanian menangkap peluang usaha, di samping penyampaian materi. Kreativitas mahasiswa terbukti meningkat melalui pembelajaran yang praktis dan inspiratif ini.

Empat karakteristik utama seorang pelaku usaha meliputi: 1) keterlibatan dalam proses produksi serta pembentukan nilai kebaruan; 2) penentuan alokasi waktu dan energi secara tepat; 3) keterikatan individu yang menghasilkan kemandirian serta kepuasan personal. Perubahan direspons dan dipicu oleh wirausahawan melalui langkah nyata. Perilaku yang merefleksikan keputusan di

tengah ketidakpastian hasil menjadi landasan bagi tindakan kewirausahaan tersebut. Menurut Zimmerer dan Scarborough (2008), kecakapan kreatif serta inovatif untuk membangun entitas unik yang baru sangat melekat dalam aktivitas kewirausahaan. Hal ini diaktualisasikan lewat keberanian mengambil risiko usaha maupun personal demi meraih keberhasilan, serta menjadi fondasi, strategi, sumber daya, proses, sekaligus ikhtiar untuk menghadirkan nilai tambah pada barang dan jasa. Kewirausahaan dimaknai oleh Hisrich (2001) sebagai sebuah mekanisme dinamis untuk melahirkan kemakmuran baru oleh perseorangan yang berani mempertaruhkan waktu, modal, ataupun komitmen karier, atau melalui penyediaan produk serta layanan yang bervariasi. Terlepas dari unik atau tidaknya produk tersebut, penguasaan dan pemanfaatan keahlian serta sumber daya yang dibutuhkan tetap dilakukan oleh wirausahawan demi melahirkan suatu nilai. Masih oleh Hisrich (2001), aktivitas ini diidentifikasi sebagai langkah menghasilkan nilai kebaruan yang membutuhkan curahan waktu dan tenaga, kesiapan memikul konsekuensi finansial, fisik, maupun sosial, serta pencapaian profit moneter, kepuasan subjektif, dan otonomi. Penegasan mengenai kewirausahaan sebagai ikhtiar kreatif untuk memunculkan nilai sekaligus mendorong transformasi pada sektor korporasi disampaikan oleh Tun'nisa, Tarigan, dan Harahap (2023). Karakteristik serta mutu personal seseorang yang teguh merealisasikan gagasan inovatif menjadi realitas merupakan aspek utama yang dilibatkan dalam kewirausahaan Kusnadi & Novita, (2020).

Berdasar pada pandangan Kuratko (2004), *entrepreneurship* didefinisikan sebagai implementasi energi serta motivasi internal demi mewujudkan kreativitas, gagasan segar, dan solusi inovatif. Saat mengulas *entrepreneurship education*, Alberti, Sciascia, dan Poli (2004) menjelaskan bahwa iklim bisnis besutan negara, sokongan sektor pendidikan, serta gairah dari dunia industri menentukan kesuksesan wirausaha seseorang. Signifikansi peran perguruan tinggi dalam memicu lulusan sarjana menjadi *young entrepreneur* disimpulkan oleh Yohnson (2003), yang mana kontribusi ini krusial untuk menekan angka pengangguran sekaligus memperluas lapangan kerja. Langkah konkret yang dapat ditempuh meliputi penyediaan kuliah kewirausahaan serta fasilitasi mahasiswa untuk mengimplementasikan teori melalui pendirian usaha mikro di area kampus. Dorongan untuk berinovasi, keberanian menanggung risiko saat menjajaki hal baru, serta kejelian menangkap peluang dijelaskan melalui faktor pendorong berupa orientasi berwirausaha. Karena niat berkorelasiberkorelasi dengan tindakan, maka makin kuat intensi tersebut akan kian memengaruhi perilaku. Oleh sebab itu, fungsi mediator terhadap tindakan dijalankan oleh niat berwirausaha.

Menurut Kuratko (2004), *entrepreneurship* didefinisikan sebagai implementasi energi serta motivasi internal demi mewujudkan kreativitas, gagasan segar, dan solusi inovatif. Saat mengulas *entrepreneurship education*, Alberti, Sciascia, dan Poli (2004) menjelaskan bahwa iklim bisnis besutan negara, sokongan

sektor pendidikan, serta gairah dari dunia industri menentukan kesuksesan wirausaha seseorang. Signifikansi peran perguruan tinggi dalam memicu lulusan sarjana menjadi *young entrepreneur* disimpulkan oleh Yohnson (2003), yang mana kontribusi ini krusial untuk menekan angka pengangguran sekaligus memperluas lapangan kerja. Langkah konkret yang dapat ditempuh meliputi penyediaan kuliah kewirausahaan serta fasilitasi mahasiswa untuk mengimplementasikan teori melalui pendirian usaha mikro di area kampus. Dorongan untuk berinovasi, keberanian menanggung risiko saat menjajaki hal baru, serta kejelian menangkap peluang dijelaskan melalui faktor pendorong berupa orientasi berwirausaha. Karena niat berkorelasiberkorelasi dengan tindakan, maka makin kuat intensi tersebut akan kian memengaruhi perilaku. Oleh sebab itu, fungsi mediator terhadap tindakan dijalankan oleh niat berwirausaha.

METODE PENELITIAN

Pendekatan deskriptif kualitatif diaplikasikan dalam riset ini demi menggambarkan secara sistematis pelaksanaan Pekan Kewirausahaan selaku perwujudan dari Mata Kuliah Praktik Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Mandiri. Penentuan metodologi tersebut didasari oleh fokus kajian pada proses, pengalaman, dan pemaknaan mahasiswa sepanjang berpartisipasi dalam praktik kewirausahaan. Pemahaman mendalam mengenai aktualisasi teori kewirausahaan dalam ranah riil serta kontribusinya bagi peningkatan kompetensi mahasiswa diperoleh peneliti lewat sudut pandang kualitatif ini. Penilaian terstruktur, faktual, dan akurat atas atribut serta karakteristik populasi atau daerah tertentu merupakan definisi penelitian deskriptif menurut Suryabrata (2000). Di sisi lain, sebuah metodologi penyelesaian masalah yang membedah situasi aktual dari subjek atau objek penelitian (mencakup perorangan, keluarga, atau komunitas) berlandaskan data observasi dipaparkan oleh Nawawi Kaja, bekerja sama dengan Kepala Badan Transportasi, Komunikasi, dan Informasi 212 (2001) guna menjabarkan penelitian deskriptif. Lingkungan Universitas Mandiri dipilih sebagai lokasi riset sewaktu agenda Pekan Kewirausahaan bergulir. Lini masa studi diselaraskan dengan jadwal mata kuliah di semester berjalan. Mahasiswa yang mengambil Mata Kuliah Praktik Kewirausahaan beserta dosen pengampunya diposisikan sebagai subjek penelitian. Penjaringan data memanfaatkan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pengamatan langsung dilangsungkan sepanjang acara demi memantau perencanaan, eksekusi, strategi pemasaran, kolaborasi tim, serta manajemen finansial dasar yang dikerjakan mahasiswa. Pemrosesan analisis data melewati tiga tingkatan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penyaringan serta penyederhanaan data dikerjakan seturut fokus amatan, untuk selanjutnya dipaparkan lewat uraian naratif yang runut. Akhirnya, penarikan kesimpulan dirumuskan berlandaskan temuan riset guna menyajikan potret efektivitas Pekan

Kewirausahaan sebagai bentuk implementasi pembelajaran berbasis praktik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejumlah temuan berhasil dihimpun lewat observasi, wawancara, serta dokumentasi sepanjang pelaksanaan Pekan Kewirausahaan pada Mata Kuliah Praktik Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Mandiri:

1. Pada fase perancangan bisnis, konsep usaha sederhana yang mencakup penentuan jenis produk, segmentasi pasar, strategi harga, hingga rencana promosi mampu disusun oleh mahasiswa. Ketertarikan pasar di kalangan mahasiswa direspons oleh mayoritas kelompok melalui pemilihan produk kuliner kreatif, *merchandise*, serta barang *handmade*. Kalkulasi modal awal, proyeksi laba, beserta telaah ringkas terkait *break even point* juga dikerjakan oleh mereka;
2. Berkaitan dengan operasional usaha, kemahiran dalam memasarkan komoditas baik secara langsung (*offline*) maupun lewat jejaring sosial diperlihatkan oleh mahasiswa. Pemanfaatan WhatsApp dan Instagram, pemberian potongan harga awal, serta skema *bundling* produk menjadi taktik promosi yang diterapkan. Hubungan yang komunikatif dan aktif bersama pelanggan juga terbangun, mengindikasikan adanya lonjakan kompetensi komunikasi bisnis mereka;
3. Ketiga, tata kelola manajerial mahasiswa ditempa melalui aktivitas ini, khususnya dalam pendelegasian peran kelompok, pengendalian persediaan barang, pembukuan transaksi, serta peninjauan hasil penjualan yang dijalankan lewat mekanisme *pre order*;
4. Dari sudut pandang finansial, keuntungan dengan nominal yang beragam berhasil dicatatkan oleh mayoritas kelompok. Capaian ini mengonfirmasi pemahaman mereka atas prinsip dasar tata kelola bisnis serta eksekusi taktik pemasaran praktis.

Keyakinan diri, nyali menghadapi risiko, dan pemahaman konkret atas pergerakan pasar pada diri mahasiswa didorong secara positif oleh Pekan Kewirausahaan. Hambatan riil di sektor bisnis diakui lebih mudah dipahami oleh mahasiswa lewat pengalaman langsung ini daripada sekadar mengkaji teori di ruang kuliah. Beberapa dokumentasi mengenai jalannya kegiatan dipaparkan di bawah ini.



Gambar 1. Dokumentasi Mahasiswa kegiatan Pekan Kewirausahaan

Penyelenggaraan Pekan Kewirausahaan yang menjadi wujud Mata Kuliah Praktik Kewirausahaan di Universitas Mandiri membuktikan pengaruh besar pembelajaran aplikatif terhadap pembentukan kecakapan wirausaha mahasiswa. Riset mendeteksi bahwa agenda ini bukan sekadar media simulasi bisnis, melainkan laboratorium autentik yang mempertemukan langsung para mahasiswa dengan realitas dinamika pasar. Secara pedagogis, keselarasan ditemukan antara aktivitas ini dengan gagasan *experiential learning*, yang menempatkan pengalaman langsung sebagai hulu utama pengetahuan. Teori seputar perencanaan bisnis, segmentasi pasar, bauran pemasaran, dan manajemen keuangan tidak lagi sekadar diserap secara pasif, melainkan langsung diterapkan. Tahapan perencanaan, eksekusi, sampai evaluasi bisnis yang dialami mandiri oleh mahasiswa berhasil memperkokoh pemahaman konseptual mereka. Walhasil, dimensi kognitif, afektif, serta psikomotorik menyatu di dalam proses edukasi.

Peningkatan pada sejumlah aspek substansial terdeteksi dari hasil riset terkait kecakapan wirausaha. Kemampuan membaca peluang bisnis menjadi poin pertama. Kebutuhan pasar di area universitas berhasil dianalisis oleh mahasiswa, yang kemudian menyelaraskan produk jualan dengan kapasitas finansial pembeli. Poin kedua yaitu kecakapan inovasi produk. Modifikasi produk dijalankan oleh sejumlah kelompok guna menghadirkan nilai tambah, yang menyasar sektor pengemasan, diferensiasi rasa, hingga taktik promosi kreatif. Poin ketiga melibatkan keahlian manajerial, khususnya pada sektor distribusi tanggung jawab kelompok, kontrol persediaan barang, dan pembukuan transaksi. Analisis lanjutan mendapati bahwa kolaborasi tim berperan sebagai penentu utama keberhasilan bisnis. Kesiapan menghadapi hambatan operasional, seperti tersendatnya pasokan bahan baku atau ketidakpastian pergerakan konsumen, lebih dimiliki oleh kelompok dengan koordinasi solid dan komunikasi efektif.

Realitas ini menguatkan tesis bahwa kewirausahaan tidak bertumpu pada talenta personal semata, melainkan pada aspek kolaborasi serta kepemimpinan.



Gambar 2. Desain Produk Pekan Kewirausahaan

Sistem *pre-order* diterapkan dalam penawaran menu bagi mahasiswa dan segenap warga Universitas Mandiri sebagaimana tertera pada Gambar 2. Melalui sajian tersebut, kapabilitas mahasiswa dalam merancang desain visual yang memikat, mempromosikan komoditas kuliner, serta menetapkan nominal harga jual telah berhasil dibuktikan.



Gambar 3. Implementasi Kegiatan Pekan Kewirausahaan



Grafik 1. Tingkat kepuasan peserta per kegiatan.

Kategori tinggi pada rentang nilai 82% sampai 91% ditempati oleh tingkat kepuasan peserta terhadap seluruh rangkaian Pekan Kewirausahaan sebagaimana diilustrasikan grafik hasil riset. Capaian tertinggi sebesar 91% diraih oleh Seminar Kewirausahaan, yang mengindikasikan tingginya aspek manfaat dan relevansi bagi peserta. Selain itu, pembentukan *entrepreneurial mindset* mahasiswa turut dipicu lewat agenda ini. Pengelolaan ketidakpastian, pembiasaan menghadapi risiko, serta pengambilan keputusan kilat di tengah kedinamisan pasar dipelajari secara langsung oleh mereka. Eksekusi taktik alternatif, semisal promosi ekstra atau potongan harga, wajib dilakukan segera oleh mahasiswa saat penjualan merosot. Ketahanan (*resilience*) serta adaptabilitas yang krusial pada sektor usaha pun ditempa melalui proses tersebut. Dari sudut pandang pemasaran, pemanfaatan teknologi digital selaku sarana promosi diperlihatkan oleh mahasiswa. Jangkauan konsumen yang lebih luas berhasil diperoleh lewat taktik efektif berupa pengoptimalan jejaring sosial seperti WhatsApp dan Instagram. Keterpaduan prinsip kewirausahaan dengan kemajuan teknologi informasi dibuktikan oleh fenomena ini. Pengalaman riil perihal signifikansi *branding* dan komunikasi pemasaran demi mendongkrak daya pikat produk disajikan taktik pemasaran digital yang dijalankan, biarpun sifatnya bersahaja. Kendati begitu, sejumlah hambatan diungkap oleh hasil riset. Pembukuan finansial yang terstruktur masih sulit dikerjakan sebagian mahasiswa. Akurasi penuh belum tercapai pada penyusunan laporan laba rugi serta kalkulasi margin keuntungan. Perlunya penguatan materi manajemen keuangan praktis sebelum pelaksanaan agenda terindikasi dari situasi tersebut. Masalah lain berupa ketimpangan beban kerja akibat pendelegasian peran kelompok yang kurang optimal turut ditemukan, sehingga efektivitas operasional terganggu.

Ditinjau dari sudut pandang capaian pembelajaran mata kuliah, kompetensi yang ditargetkan telah disokong secara optimal oleh Pekan Kewirausahaan, utamanya pada kapasitas menyusun model bisnis, menerapkan taktik pemasaran, serta mengevaluasi usaha. Konsekuensi logis dari agenda ini

adalah terbentuknya kesiapan mental sekaligus kematangan keterampilan mahasiswa sebelum memasuki pasar kerja atau merintis bisnis mandiri, berkat adanya gambaran riil mengenai hambatan dunia usaha. Ekosistem kampus pun memperoleh kontribusi institusional lewat terbentuknya kultur kewirausahaan. Bukan sekadar menjadi ruang praktik akademik, Pekan Kewirausahaan juga berfungsi sebagai media merajut jejaring, mengumumkan produk karya mahasiswa, dan memantik iklim kompetisi yang suportif. Manajemen yang berkesinambungan bakal membuka peluang besar bagi program ini untuk bermutasi menjadi inkubator bisnis kampus yang memicu lahirnya berbagai usaha rintisan (*startup*).

Eksplorasi terhadap hasil riset ini membuktikan bahwasanya Pekan Kewirausahaan hadir sebagai prototipe pembelajaran yang berbobot, aplikatif, dan berdaya guna dalam memupuk kapasitas wirausaha mahasiswa. Kendati ruang perbaikan pada lini teknis masih terbuka, agenda ini secara umum berhasil memangkas jarak antara teori buku dan realitas praktik, sekaligus menyuguhkan pengalaman autentik yang sangat berharga bagi para mahasiswa Universitas Mandiri.

SIMPULAN

Simpulan dari riset ini membuktikan efektivitas Pekan Kewirausahaan selaku perwujudan Mata Kuliah Praktik Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Mandiri dalam menjembatani teori dan realitas dunia usaha melalui pembelajaran berbasis praktik (*experiential learning*). Pemahaman konseptual sekaligus pengalaman nyata dalam merancang, mengoperasikan, dan mengevaluasi bisnis diperoleh mahasiswa lewat agenda ini. Peningkatan kompetensi secara signifikan dirasakan oleh mereka, terutama pada aspek kepercayaan diri, komunikasi bisnis, kerja sama tim, kreativitas produk, serta manajemen keuangan. Kemajuan tersebut dicapai berkat rangkaian penyusunan rencana bisnis, praktik penjualan, strategi promosi, pengelolaan keuangan sederhana, hingga pelaporan dan refleksi. Di samping itu, dinamika perilaku pasar, pelayanan prima, dan daya saing produk dipahami secara konkret melalui interaksi langsung bersama konsumen. Jauh dari sekadar seremonial, Pekan Kewirausahaan menjadi strategi pembelajaran aplikatif yang krusial untuk mencetak mahasiswa Universitas Mandiri sebagai calon wirausahawan kompeten, kreatif, dan siap menjawab tantangan dunia bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

Alberti, Fernando; Salvatore Sciacia, dan Alberto Poli, (2004), Pendidikan Kewirausahaan; Catatan dan Debat yang Sedang Berlangsung, Tahunan ke-14 int. masuk. Konferensi, Universitas Napoli Federico II (Italia) 4-7 Juli 2004.

- Hassan, A.dkk. (2022). Pendidikan Kewirausahaan Meningkatkan Kreativitas Wirausaha: Peran Mediasi Inspirasi Wirausaha. *Jurnal Internasional Pendidikan Manajemen*
- Hisrich, R. (2001). *Kewirausahaan kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat
- Kuratko, Donald F. (2004), Pendidikan Kewirausahaan di Abad 21: dari Legitimasi hingga Kepemimpinan, *Buku Putih A Coleman Foundation Konferensi Nasional USASBE*, 16 Januari 2024.
- Kusnadi, & Novita, Y. (2020). *Kewirausahaan (Cetakan Ke-3)*. Cahaya Firdaus.
- Maliana dkk. (2025). *Modal Manusia Kewirausahaan dan Inovasi: Peran Kreativitas dalam Tinjauan Literatur Sistematis*.
- Munandar, U. (2014). *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nawawi, H. 2001. *Metode Penelitian di Bidang Sosial*. Yogyakarta : Universitas Gajahmada Pers
- Suryabrata.S. 2000. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada.
- Tun'nisa, M., Tarigan, AA, & Harahap, MA (2023). Membangun usaha yang kreatif, inovatif, dan bermanfaat melalui penerapan kewirausahaan sosial. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2(1).
- Unger, JM, Rauch, A., Frese, M., & Rosenbusch, N. (2011). Kesuksesan sumber daya manusia dan kewirausahaan: Tinjauan meta-analitis. *Jurnal Usaha Menjelajah*, 26 (3), 341–358.
- Xu, Zhou, & Chen (2024). *Transformasi Digital dan Inovasi Terobosan Berdasarkan Kerangka Sumber Daya Manusia AMO*.
- Yohnson, (2003). "Peranan Universitas dalam Memotivasi Sarjana Menjadi Pengusaha Muda " *Jurnal manajemen & Kewirausahaan*. Jilid 5 no 2 September (2003). Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Zimmerer, TW, dan Scarborough, NM, Wilson, D. (2008). *Esensi Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Edisi ke-5. New Jersey, Pearson Pendidikan, Inc.