

**ANALISIS USAHA JAHIT KEBAYA MAHASISWA MEMBANGUN KREATIVITAS
DAN MINAT BAKAT**

Maria Natalia Pasaribu¹, Windi Novelija Br Kaban², Wahyu Tri Atmojo³

^{1,2,3}Pendidikan Seni Rupa Universitas Negeri Medan

pasaribumarianatalia@gmail.com¹, windinovelija@gmail.com²,
wahyutriatmojo@unimed.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji usaha jahit kebaya yang dijalankan oleh mahasiswa sebagai salah satu bentuk kewirausahaan kreatif, dengan fokus pada kendala, keuntungan, dan strategi pengembangan usaha. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara dengan seorang mahasiswa Universitas Satya Terra Bhineka bernama Marta Della Sembiring, yang saat ini tengah membagi waktu antara kuliah dan usaha jahit kebaya. Hasil wawancara menunjukkan bahwa usaha ini berawal dari kebutuhan akan dukungan dana, sehingga Marta Della Sembiring memutuskan untuk belajar menjahit secara mandiri, dengan bantuan modal awal dari keluarganya dan dorongan. Kesulitan utama Marta Della Sembiring adalah menyeimbangkan waktu antara komitmen pendidikan dan kegiatan bisnisnya. Selain itu, ia juga menghadapi tantangan untuk memenuhi permintaan konsumen akan desain kebaya kontemporer di samping gaya klasik. Dengan banyaknya permintaan dari berbagai klien, Marta Della Sembiring kini bercita-cita untuk mendirikan usaha menengah yang meliputi sekolah jahit dan butik.

Kata Kunci: Kewirausahaan Kreatif, Mahasiswa, Usaha Jahit Kebaya, Manajemen Waktu.

Abstract

This study aims to examine the kebaya sewing business run by college students, highlighting aspects such as challenges, benefits, and strategies for business growth. For this study, an interview was conducted with Marta Della Sembiring, a student from Satya Terra Bhineka University, who balances her time with running her kebaya sewing business. Findings from the interview revealed that she started the business out of financial need, which motivated her to learn to sew on her own, aided by family support in the form of seed funding and encouragement. The main challenge for Marta Della Sembiring lies in balancing her academic responsibilities with her business. In addition, she faces the challenge of meeting consumer preferences for modern kebaya designs alongside traditional styles. With increasing orders from various clients, Marta Della Sembiring aspires to establish a medium- scale operation that includes sewing classes and a boutique.

Keywords: Creative Entrepreneurship, Students, Kebaya Sewing Business, Time Management

PENDAHULUAN

Kewirausahaan kreatif melibatkan penggunaan pendekatan inovatif dalam manajemen bisnis untuk menghasilkan nilai tambah. Seperti yang dikemukakan oleh Suharto (2020), inovasi merupakan hal yang paling utama dalam kewirausahaan kreatif; inovasi mencakup penciptaan produk, pendekatan pemasaran, dan peningkatan pengelolaan sumber daya. Bagi mahasiswa yang menjalankan usaha menjahit kebaya, penting untuk memperkenalkan ide-ide baru baik dalam desain maupun pemasaran agar dapat menonjol dalam lanskap yang sangat kompetitif. Setiawan (2021) menekankan bahwa manajemen waktu sangat penting bagi wirausahawan mahasiswa yang menyeimbangkan bisnis dengan pendidikan. Ketika mahasiswa mengatur waktu mereka secara efektif, mereka dapat berkonsentrasi pada studi mereka sambil terus mengembangkan bisnis mereka. Sebaliknya, Sari (2022) menunjukkan bahwa desain dan pemasaran yang inovatif di media sosial dapat meningkatkan keunggulan kompetitif bisnis mode kecil. Platform media sosial memungkinkan wirausahawan untuk terhubung dengan audiens yang lebih luas dan menerima umpan balik pelanggan secara langsung.

Bagi mahasiswa, keterampilan teknis dapat diperoleh melalui kelas atau pembelajaran mandiri, dengan pemasaran digital menjadi penting untuk menciptakan jaringan pelanggan. Nugroho (2018) mengidentifikasi kendala utama bagi mahasiswa yang harus menyeimbangkan bisnis dan studi adalah keterbatasan waktu, sumber daya keuangan, dan tantangan dalam membangun jaringan. Menurut Zimmerer dan Scarborough (2005), keberhasilan dalam kewirausahaan bergantung pada campuran kreativitas, perencanaan strategis, dan kemampuan untuk menghadapi kesulitan bisnis. Oleh karena itu, strategi yang kuat diperlukan untuk mengatasi rintangan ini, seperti menggunakan alat digital untuk pemasaran dan bermitra dengan pihak lain untuk mengembangkan pasar. Pemasaran di media sosial dan berbagai platform digital secara signifikan memengaruhi keberhasilan usaha kecil. Pengusaha dapat memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan visibilitas produk dan menumbuhkan loyalitas pelanggan. Dalam konteks bisnis menjahit kebaya, pendekatan pemasaran digital memungkinkan mahasiswa untuk terhubung dengan basis pelanggan yang beragam dengan biaya yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan teknik pemasaran tradisional.

Kewirausahaan kreatif berkembang pesat di kalangan mahasiswa sebagai jalan menuju kemandirian ekonomi dan peningkatan keterampilan yang lebih besar. Salah satu contoh

semangat kewirausahaan ini adalah bisnis menjahit kebaya di kalangan mahasiswa. Kebaya, pakaian tradisional dari Indonesia, dikenal karena nilai estetikanya dan sering dikenakan pada acara formal dan budaya. Kebaya tidak hanya mewakili aspek budaya tetapi juga menawarkan kesempatan kepada mahasiswa untuk menjadi inovatif dalam bidang desain dan pemasaran.

Penelitian ini berpusat pada Marta Della Sembiring, seorang mahasiswa yang dengan cekatan mengelola usaha jahit kebaya sambil mempertahankan gaya hidup yang sibuk. Marta mencontohkan bagaimana kombinasi kreativitas dan manajemen waktu yang efektif memungkinkan seorang mahasiswa untuk berhasil menjalankan bisnis tanpa mengorbankan pendidikan mereka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pertumbuhan bisnisnya, kendala yang dihadapi, dan taktik yang digunakan untuk memajukan kewirausahaannya.

Studi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang bagaimana mahasiswa dapat memanfaatkan kemampuan kewirausahaan mereka, dengan inovasi dan kreativitas yang sangat penting untuk mencapai keberhasilan dalam lingkungan yang kompetitif. Selain itu, studi ini juga bertujuan untuk memotivasi mahasiswa lain agar berani mengejar ide-ide imajinatif mereka dan memulai jalur kewirausahaan selama pengalaman akademis mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Medan, yang dikenal sebagai kota multikultural. Kota ini dihuni oleh berbagai suku bangsa, termasuk Batak, Melayu, Jawa, Tionghoa, dan Minang. Pakaian adat yang disebut Kebaya sering dikenakan oleh perempuan dari berbagai latar belakang, khususnya mereka yang berasal dari Batak Toba dan Batak Karo. Penelitian ini berfokus pada seorang mahasiswa bernama Marta Della Sembiring, yang telah berhasil mendirikan usaha jahit kebaya sebagai usaha bisnis kreatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menunjukkan bahwa mahasiswa dapat menjadi wirausahawan yang inovatif dan menciptakan peluang berdasarkan kreativitas mereka. Oleh karena itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memotivasi mahasiswa lain untuk menemukan kemampuan dan minat mereka dalam berwirausaha.

Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif telah digunakan. Metode ini dipilih untuk memahami secara mendalam pertumbuhan usaha jahit kebaya sebagai representasi dari kewirausahaan kreatif. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, para peneliti dapat

mengumpulkan wawasan mengenai pengalaman, tantangan, dan taktik kreatif yang diterapkan Marta untuk mengembangkan usahanya. Metode studi kasus digunakan di sini, karena penelitian difokuskan pada satu orang, Marta Della Sembiring, yang telah berhasil mengembangkan usaha jahitnya dari awal hingga menjadi usaha yang berkembang pesat.

Melalui penelitian ini, diharapkan akan diperoleh wawasan mengenai bagaimana seorang mahasiswa dapat berperan dalam bidang kewirausahaan dan bagaimana kreativitas dapat menjadi faktor penting untuk mengatasi tantangan pasar. Selain itu, hasil penelitian ini bertujuan untuk mendorong mahasiswa lain agar tidak ragu dalam mengejar cita-cita menjadi pengusaha sukses. Dengan motivasi dan kreativitas yang kuat, setiap orang memiliki kemampuan untuk mengembangkan peluang bisnis yang menguntungkan diri sendiri dan masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Narasumber



Nama	: Marta Della Sembiring
Asal	: Munte, Kabupaten Karo
Pendidikan	: Mahasiswa Universitas Satya Telabineka, Medan
Urutan Keluarga	: Anak ketiga dari tiga bersaudar (satu-satunya perempuan di keluarga)
Status	: Belum menikah

Awal Mula Dan Motivasi Dalam Dunia Jahit

Marta Della Sembiring telah menjahit sejak kecil, terinspirasi oleh ketertarikannya yang mendalam pada dunia mode, khususnya kebaya. Awalnya, ia hanya fokus membuat pakaian untuk dirinya sendiri, namun lama-kelamaan bakatnya berkembang dan memungkinkannya menerima pesanan dari orang lain. Tanpa pendidikan formal di bidang menjahit, ia belajar sendiri dengan tekad dan semangat, membuktikan bahwa siapa pun dapat belajar dan berkreasi dengan kerja keras dan antusias. Sepanjang kariernya, Marta telah membuat berbagai jenis kebaya, termasuk kebaya encim modern, kutubaru, sabrina, peplum, dress, dan kebaya tradisional. Model yang paling umum ia buat adalah atasan kebaya sabrina, yang mencerminkan

gaya modern. Namun, ia belum menerima pesanan kebaya pengantin, karena ia ingin membangun kepercayaan dirinya sebelum terjun ke bidang itu. Dengan mengeksplorasi berbagai gaya kebaya, Marta juga mempelajari teknik memayet, yang dapat membantunya meningkatkan penghasilannya. Saat membuat kebaya, pelanggan biasanya membawa bahan-bahan mereka sendiri, seperti kain satin atau kain polos lainnya. Marta hanya menyediakan barang-barang tambahan seperti benang dan peralatan jahit. Pendekatan ini memungkinkannya tidak hanya menawarkan jasa menjahit tetapi juga membantu pelanggan dalam memilih kain terbaik untuk desain yang mereka inginkan.

Marta yakin bahwa kreativitas dan inovasi sangat penting dalam industri menjahit. Ia berkomitmen untuk meningkatkan kemampuannya dan mengikuti tren mode agar tetap kompetitif. Dengan semangat dan dedikasi yang kuat terhadap keahliannya, Marta ingin mengembangkan bisnis menjahit kebaya agar lebih sukses di masa mendatang.

Dengan dasar yang kuat dalam menjahit dan keinginan untuk terus belajar, Marta Della Sembiring menjadi contoh yang memotivasi bagi individu yang ingin mengejar impian mereka di bidang mode dan bisnis.

Tantangan Dalam Menjalankan Usaha Jahit

Menjalankan usaha jahit kebaya memiliki beberapa kendala. Marta menghadapi beberapa tantangan yang cukup berarti, antara lain:

1. Tidak semua orang yang merintis usaha jahit memiliki keterampilan menjahit yang baik. Mereka harus mengembangkan kemampuan mereka terlebih dahulu untuk memperoleh hasil yang berkualitas dalam pekerjaan mereka.
2. Pengusaha jahit pemula sering kali kesulitan keuangan, sehingga sulit untuk membeli mesin, kain, benang, dan peralatan yang diperlukan. Tanpa dana yang memadai, mendirikan usaha bisa jadi sulit.
3. Industri jahit sangat kompetitif, terutama dengan bisnis lama yang memiliki pelanggan setia. Pemilik usaha baru perlu berupaya ekstra untuk menarik klien.
4. Menjual perlengkapan jahit bisa jadi sulit. Pengusaha baru perlu memahami metode promosi yang efektif, baik secara daring maupun tatap muka.
5. Karena harus menyeimbangkan antara menjahit, pemasaran, dan tanggung jawab keuangan, pengusaha sering kali merasa kesulitan untuk mengatur waktu mereka secara

efektif guna memastikan semuanya berjalan dengan baik.

6. Manajemen keuangan yang tepat sangat penting bagi bisnis. Pengeluaran yang berlebihan dapat menyebabkan kerugian jika pengeluaran melebihi pendapatan.
7. Mereka harus memodifikasi desain mereka untuk memenuhi perubahan preferensi konsumen dan tren terkini, yang memerlukan pembelajaran dan adaptasi berkelanjutan.
8. Kualitas bahan, seperti satin, sulit dikerjakan karena sifatnya yang licin dan mudah berjumbai. Untuk mengatasi hal ini, ia menggunakan teknik khusus, seperti menggunakan penstabil kain dan memilih jarum berkualitas tinggi. Brokat, dengan desain renda dan lubang yang elegan, umumnya dipilih untuk kebaya modern, sementara tulle, kain tipis yang digunakan sebagai lapisan dasar, menawarkan tampilan yang ringan dan anggun.
9. Sebagai seorang pelajar, Marta menghadapi tantangan untuk menyeimbangkan pekerjaan sekolahnya dengan bisnis menjahitnya. Ia terkadang harus bekerja lembur untuk memenuhi permintaan pelanggan.

Proses Pembuatan Dan Keuntungan Dalam Menjahit Kebaya

Durasi yang dibutuhkan untuk membuat kebaya berbeda-beda, tergantung pada kerumitan desainnya. Kebaya sederhana mungkin memakan waktu sekitar satu jam untuk diselesaikan, sedangkan desain yang mendetail mungkin memerlukan waktu dua hingga tiga hari. Untuk gaya yang sangat rumit, bisa memakan waktu beberapa minggu. Jika klien menyediakan satu meter kain, ini biasanya cukup untuk kebaya tanpa lengan. Untuk membuat versi berlengan, diperlukan bahan sepanjang 1,5 meter, dan kebaya panjang yang memanjang hingga lutut membutuhkan 2,5 meter.

Misalnya:

a. Memilih Kain

Tahap awal meliputi pemilihan kain untuk kebaya. Sutra, brokat, dan katun merupakan pilihan yang populer untuk membuat kebaya. Pemilihan ini penting untuk memastikan kebaya terasa nyaman dan sesuai untuk acara tersebut.

b. Membuat Pola

Setelah kain dipilih, langkah selanjutnya adalah membuat pola kebaya. Pola ini berfungsi sebagai cetak biru yang akan dipotong dari bahan yang dipilih. Pola harus dibuat dengan cermat

untuk memastikan ukuran yang pas bagi pemakainya.

c. Memotong Bahan

Setelah pola dibuat, kain dipotong sesuai bentuk yang telah ditetapkan. Langkah ini harus dilakukan dengan cermat untuk menghindari kesalahan dalam pemotongan.

d. Merakit Kebaya

Tahap menjahit sangat penting karena melibatkan penyambungan semua bagian kain. Jahitan harus kuat dan rapi untuk memastikan kebaya tahan lama. Pilihan umum untuk benang jahit adalah sutra atau katun.

e. Menambahkan Bordir atau Hiasan

Kebaya sering kali menampilkan bordir atau manik-manik untuk mempercantik penampilannya. Hiasan ini biasanya memiliki desain yang menarik dan bermakna.

f. Sentuhan Akhir

Setelah dijahit dan dihias, kebaya menjalani sentuhan akhir, termasuk penyetrikaan dan penambahan kancing. Kebaya yang sudah jadi kini siap dikenakan.

Awalnya, ia mematok harga Rp500.000 untuk kebaya buatannya. Namun, seiring berjalannya waktu, ia mulai menerima permintaan kebaya dengan desain unik, yang harganya bisa mencapai Rp2.000.000. Margin keuntungan yang diperolehnya dari setiap pesanan bisa berbeda-beda. Misalnya, jika biaya produksi satu kebaya adalah Rp180.000, keuntungan yang diperolehnya bisa mencapai Rp140.000. Untuk pesanan yang lebih besar, seperti kebaya dengan harga Rp2.000.000, ia pernah meraup keuntungan hingga Rp1.350.000. Permintaan jasa jahit cukup tinggi, mulai dari pakaian sehari-hari seperti seragam hingga pakaian khusus seperti kebaya dan gaun. Permintaan ini menjadi peluang besar bagi industri jahit untuk berkembang. Pengusaha pemula tidak membutuhkan modal besar untuk memulai usaha jahit. Yang dibutuhkan hanya mesin jahit sederhana dan beberapa peralatan dasar. Selain itu, usaha jahit tidak memerlukan tempat usaha yang besar.

Pengusaha baru dapat memulai bisnis mereka dari rumah, yang membantu menghemat biaya sewa. Setiap pesanan yang mereka terima dapat menghasilkan uang dengan cepat. Saat mereka mendapatkan lebih banyak pesanan, penghasilan mereka akan meningkat. Bagi mereka

yang memulai menjahit, ada kesempatan untuk mempelajari metode menjahit yang lebih baik dan bereksperimen dengan berbagai gaya. Ini membantu mereka menjadi lebih berbakat dan inovatif. Dengan memenuhi pesanan, para pengusaha ini dapat mengembangkan hubungan yang kuat dengan klien mereka. Pelanggan yang senang cenderung akan kembali lagi dan berbagi pengalaman positif mereka dengan orang lain. Pengusaha menjahit dapat memilih jam kerja mereka sendiri berdasarkan keadaan pribadi. Hal ini memungkinkan lingkungan kerja yang lebih mudah beradaptasi dan menyenangkan. Jika kualitas jahitan mereka memenuhi harapan dan pelanggan senang, mereka dapat perlahan-lahan menaikkan harga layanan mereka. Komisi unik seperti kebaya atau gaun acara khusus juga dapat menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi.

Strategi Pengembangan Usaha

Saat ini, Marta belum banyak mengiklankan bisnisnya di platform seperti TikTok, karena ia sedang fokus pada kuliahnya. Meski begitu, ia terus mengumpulkan ide desain dari media sosial dan fokus untuk meningkatkan keterampilannya. Di masa mendatang, Marta bermaksud mengembangkan bisnisnya dengan melakukan tindakan berikut:

Meluncurkan butiknya sendiri untuk memamerkan kreasinya dan menangani pesanan yang lebih besar. Menawarkan kelas menjahit bagi individu yang tertarik belajar cara menjahit kebaya.

Memperbarui desain kebaya agar sesuai dengan tren kontemporer untuk memenuhi kebutuhan pasar. Selain itu, ia telah mengembangkan rencana untuk memastikan bisnisnya berkembang pesat, yang meliputi:

1. **Tingkatkan Keterampilan Menjahit**

Teruslah berlatih untuk membuat jahitan Anda lebih rapi dan menangani pola pakaian yang lebih rumit, seperti kebaya atau gaun. Jahitan yang berkualitas akan menyenangkan pelanggan.

2. **Beriklan di Media Sosial**

Manfaatkan Instagram, Facebook, atau WhatsApp untuk menampilkan hasil jahitan Anda. Gambar dan video yang menarik dari proses menjahit Anda dapat menarik perhatian pemirsa.

3. Berikan Layanan yang Ramah

Selalu bersikap baik dan penuh perhatian terhadap apa yang dibutuhkan pelanggan Anda. Pelanggan yang puas kemungkinan besar akan kembali dan merekomendasikan layanan kita kepada orang lain.

4. Tetapkan Harga yang Wajar

Awalnya, tetapkan harga layanan Anda dengan harga yang terjangkau untuk menarik lebih banyak audiens. Setelah bisnis Anda mendapatkan pengakuan, naikkan harga Anda secara bertahap.

5. Kembangkan Desain yang Unik

Berusahalah untuk menciptakan gaya pakaian yang menonjol dibandingkan dengan penjahit lain. Hasil yang berbeda dan menarik akan menarik lebih banyak pelanggan.

6. Bermitra dengan Toko Kain

Jalin kemitraan dengan toko kain atau butik. Misalnya, Anda dapat menawarkan bantuan menjahit kepada pelanggan yang membeli kain di toko.

7. Manfaatkan Umpan Balik Pelanggan

Dorong pelanggan untuk berbagi pemikiran mereka tentang pekerjaan menjahit Anda. Ulasan positif dapat membantu membujuk calon pelanggan baru.

8. Kelola Keuangan dengan Bijaksana

Catat semua pendapatan dan pengeluaran dengan saksama untuk melacak laba bisnis Anda. Sisihkan sebagian dana untuk membeli peralatan jahit baru atau bahan berkualitas lebih tinggi.

9. Ikut Pelatihan atau Pameran

Ikut serta dalam lokakarya menjahit atau acara produk lokal sehingga lebih banyak orang mengetahui bisnis Anda, dan memperoleh wawasan dari penjahit lain

Hasil Karya Marta Della Sembiring









KESIMPULAN

Marta Della Sembiring adalah seorang mahasiswi yang bersemangat dan berdedikasi untuk memulai usaha jahit kebaya miliknya sendiri. Meskipun ia menghadapi banyak kendala, ia bekerja keras untuk meningkatkan keterampilan menjahitnya dan mengembangkan usahanya. Dengan kreativitas dan tekad yang kuat, Marta yakin bahwa ia dapat memajukan usahanya dan mencapai tujuannya untuk memiliki butik dan kelas menjahit suatu hari nanti. Usaha jahit kebaya yang digeluti oleh para mahasiswa seperti Marta Della Sembiring menunjukkan bahwa kewirausahaan yang imajinatif dapat berhasil meskipun menghadapi tantangan. Dengan memanfaatkan pendekatan yang inovatif dan mengatur waktunya secara efisien, Marta mampu mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Seiring dengan terus berkembangnya tren mode dan semakin mudahnya mengakses teknologi digital, usaha jahit kebaya kemungkinan akan semakin berkembang di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Innovation and Entrepreneurship Peter F. Drucker Review by: William B. Gartner The Academy of Management Review ([Vol. 12, No. 1 \(Jan., 1987\)](#)), pp. 172-175 (4 pages) <https://doi.org/10.2307/258006>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson. Park, S. (2020). *Marketing management* (Vol. 3). Seohee Academy. [https://www.google.com/books?hl=id&lr=&id=p6v7DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1993&dq=Kotler,+P.,+%26+Keller,+K.+L.+\(2016\).+Marketing+Management.+Pearson.&ots=XzUrijHP59&sig=mmsn_ekKtBGjTjBh2LYpoJY1gmWY](https://www.google.com/books?hl=id&lr=&id=p6v7DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1993&dq=Kotler,+P.,+%26+Keller,+K.+L.+(2016).+Marketing+Management.+Pearson.&ots=XzUrijHP59&sig=mmsn_ekKtBGjTjBh2LYpoJY1gmWY)
- Setiawan, D. (2021). *Manajemen Waktu bagi Wirausaha Mahasiswa*. Surabaya: Universitas Airlangga Press. Setiawan, A., Antika, E. R., & Hariyadi, S. (2024). Bimbingan Kelompok dengan Teknik Self-Management untuk Meningkatkan Manajemen Waktu Siswa. *Qomaruna Journal of Multidisciplinary Studies*, 2(1), 87-99. [https://scholar.google.co.id/scholar?q=\(Menurut+Setiawan,2021\),+manajemen+waktu&hl=id&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar](https://scholar.google.co.id/scholar?q=(Menurut+Setiawan,2021),+manajemen+waktu&hl=id&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar)
- Sari, N. (2022). *Pemasaran Digital dalam Industri Fesyen*. Jakarta: Pustaka Media. <https://ojs.co.id/1/index.php/ike/article/download/702/833/1949>
- Suharto, A. (2020). *Kewirausahaan Kreatif dan Inovasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

<http://repositori.uin-alauddin.ac.id/22033/1/Buku%3B%20Kewirausahaan.pdf>

Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2005). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Pearson.

https://perpustakaan.pancabudi.ac.id/dl_file/buku/11059_2_1.pdf

Widjaja, E., & Nugroho, R. (2018). *Strategi Pemasaran untuk UMKM di Era Digital*. Yogyakarta: Penerbit Universitas Gadjah Mada.

<https://www.ojs.ummetro.ac.id/index.php/sinarsangsurya/article/view/4034>