

Pentingnya Entrepreneurship: Kegiatan Pengabdian pada Sekolah Lansia Bekasi

Julisar¹, Denny Septa Haryanti², Irma Satya Indriyanti³, Regi Muzio Ponziani^{4*},
Cleophila MGT Soegijanto⁵, Gloria Christina Sunny⁶, Muwafick Hidayat⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Trisakti, Jl. Kyai Tapa No. 20, Jakarta, Indonesia
[*regi@stietrisakti.ac.id](mailto:regi@stietrisakti.ac.id)

Received: October 7, 2025; Revised: October 9, 2025; Accepted: October 10, 2025

Abstract

This community service activity aims to elaborate the importance of entrepreneurship and to motivate the students of Sekolah Lansia Bekasi to become more independent after undergoing pension. The theme of the community service activity is Entrepreneurship and was conducted on 22 January 2025, 09.00 until 11.30 in kecamatan Rawa Lumbu, Kotamadya Bekasi. The activity was attended by 270 students. The activity was opened by opening speech by the headmaster of Sekolah Lansia Bekasi, Ibu Sri Kustini. After that the Secretary for the Center of Research and Community Service Trisakti School of Management (TSM), Regi Muzio Ponziani, delivered a speech. Only then did the speakers that were also the lecturers of TSM delivered the community service materials.

Keywords: Elderly, Entrepreneurship, Marketing

Abstrak

Kegiatan PkM kali ini bertujuan untuk memahamkan arti penting semangat kewirausahaan sekaligus memotivasi Bapak/Ibu siswa Sekolah Lansia Bekasi untuk berusaha mandiri setelah usia pensiun. PKM dengan tema *entrepreneurship* ini dilaksanakan pada tanggal 22 Januari 2025 pukul 9-11.30 WIB. Acara dilakukan di wilayah Kecamatan Rawalumbu, Kotamadya Bekasi. Acara dihadiri oleh anggota Sekolah Lansia di 4 kecamatan di kotamadya Bekasi yang berjumlah sekitar 270 orang. Acara akan dibuka dengan kata sambutan oleh Kepala Sekolah Lansia Ibu Sri Kustini. Setelah itu, acara dilanjutkan dengan kata sambutan oleh Sekretaris Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Trisakti School of Management (TSM). Setelah itu para dosen TSM yang menjadi pembicara mulai menyampaikan materi

Kata Kunci: Kewirausahaan, Lansia, Pemasaran

PENDAHULUAN

Fenomena kewirausahaan (*entrepreneurship*) telah lama diakui sebagai motor penggerak utama dalam setiap fase transformasi ekonomi di berbagai belahan dunia (Yanto, 2023). Dalam lanskap global kontemporer yang ditandai dengan perubahan teknologi yang masif, ketidakpastian geopolitik, dan pergeseran permintaan konsumen yang cepat, peran individu yang memiliki visi dan keberanian untuk mengambil risiko terhitung menjadi semakin fundamental (Xiang et al., 2023). Kewirausahaan jauh melampaui sekadar inisiasi bisnis, kewirausahaan adalah proses multidimensi yang secara sistematis menciptakan nilai baru, mengalokasikan sumber daya secara lebih efisien, dan aktif mendisrupsi model bisnis yang sudah usang (*status quo*) (Khamimah, 2021). Oleh karena itu, bagi para akademisi, perumus kebijakan, dan pelaku industri, adalah hal yang sangat penting untuk memahami secara mendalam dimensi teoretis, dampak empiris, serta tantangan praktis yang melekat pada praktik kewirausahaan (Chairoel et al., 2023). Korelasi antara perkembangan kewirausahaan dengan peningkatan inovasi radikal dan penciptaan lapangan kerja yang masif telah terbukti secara empiris dalam berbagai literatur ekonomi pembangunan (Akbar et al., 2022; Sarirati et al., 2024). Usaha-usaha baru seringkali disebut sebagai *startup* atau Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang didirikan oleh wirausahawan, memiliki kecenderungan lebih besar untuk memperkenalkan produk, layanan, atau proses bisnis yang sepenuhnya baru ke pasar. Inovasi yang dihasilkan ini tidak hanya terbatas pada sektor teknologi tinggi, tetapi juga mencakup inovasi model bisnis, pemasaran, dan manajemen operasional di sektor tradisional, yang secara langsung memacu efisiensi agregat suatu industri (Kelun et al., 2025). Peningkatan inovasi ini secara signifikan meningkatkan daya saing ekonomi nasional di kancah persaingan global yang semakin ketat (Safa & Lubis, 2024). Lebih lanjut, setiap bisnis baru yang berhasil mendapatkan traksi dan berkembang biak secara otomatis berfungsi sebagai *generator* lapangan kerja baru, yang secara substansial berkontribusi pada penurunan tingkat pengangguran struktural dan peningkatan kesejahteraan sosial (Hidayah & Cahyani, 2024). Dengan demikian, kewirausahaan muncul sebagai mekanisme pasar yang paling efektif untuk memecahkan masalah sosial ekonomi yang mendasar, menawarkan jalur karir yang fleksibel, dan secara positif memengaruhi mobilitas sosial masyarakat (Bhegawati et al., 2022).

Penelitian ekstensif telah mengidentifikasi serangkaian faktor kritis yang sangat memengaruhi tingkat dan kualitas aktivitas kewirausahaan di suatu wilayah. Faktor-faktor ini meliputi lingkungan regulasi yang kondusif, akses yang memadai ke permodalan (termasuk *venture capital*), ketersediaan infrastruktur teknologi, serta budaya risiko masyarakat yang suportif (Sukma et al., 2023). Analisis terhadap faktor-faktor pendorong dan penghambat ini sangat penting untuk merumuskan intervensi kebijakan publik yang tepat sasaran (Raihana & Junaedi, 2024). Literatur saat ini terus mengeksplorasi bagaimana wirausahawan dapat dioptimalkan perannya, tidak hanya sebagai pencipta kekayaan, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang menangani isu-isu fundamental seperti energi terbarukan, pendidikan, dan kesehatan. Selain itu, aspek psikologis seperti ketahanan (*resilience*) dan kemampuan berjejaring dari seorang wirausahawan juga semakin mendapat perhatian sebagai penentu utama keberhasilan (Nasution, 2022). Meskipun fondasi teoritis dan bukti empiris mengenai peran krusial kewirausahaan sudah kuat, tantangan nyata sering muncul dalam penerapannya di lapangan, terutama bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Banyak UMKM masih kesulitan dalam mengakses pelatihan bisnis yang relevan, memanfaatkan teknologi digital, atau menemukan mentor yang tepat untuk

mengembangkan usaha mereka (Setiawan & Hartono, 2024). Kesulitan ini sering menghambat inovasi di tingkat akar rumput dan membatasi kemampuan bisnis kecil untuk tumbuh menjadi skala menengah. Padahal, kewirausahaan yang sukses tidak hanya membutuhkan ide baru, tetapi juga kemampuan manajerial praktis untuk mengelola keuangan, pemasaran, dan operasional sehari-hari (Loppies et al., 2022). Dengan demikian, perlu adanya fokus yang lebih besar pada bagaimana mendukung kemampuan praktis wirausahawan pemula agar dampak ekonomi dari aktivitas mereka dapat dimaksimalkan secara berkelanjutan (Nuraisyah et al., 2023). Berdasarkan latar belakang, bukti-bukti empiris, dan identifikasi tantangan praktis tersebut, artikel jurnal ini bertujuan untuk melaporkan hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilaksanakan pada Sekolah Lansia Bekasi. Kegiatan PkM kali ini bertujuan untuk memahami arti penting semangat kewirausahaan sekaligus memotivasi Bapak/Ibu siswa sekolah lansia Bekasi untuk berusaha mandiri setelah usia pensiun.

METODE PELAKSANAAN

PKM dengan tema entrepreneurship ini dilaksanakan pada tanggal 22 Januari 2025 pukul 9-11.30 WIB. Acara dilakukan di wilayah Kecamatan Rawalumbu, Kotamadya Bekasi. Acara dihadiri oleh anggota Sekolah Lansia di 4 kecamatan di kotamadya Bekasi yang berjumlah sekitar 270 orang. Acara akan dibuka dengan kata sambutan oleh Kepala Sekolah Lansia Ibu Sri Kustini. Setelah itu, acara dilanjutkan dengan kata sambutan oleh Sekretaris Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Trisakti School of Management. Pembicara dari menyampaikan materi, para pembicara tersebut, yaitu:

1. Dr. Julisar, S.E., Ak., M.M., CA., CertDA.
2. Denny Septa Haryanti, S.E. M.M.
3. Irma Satya Indriyanti, S.E., M.M.

Acara ditutup dengan sesi interaktif tanya jawab dan foto bersama.

Pelaksanaan

Kegiatan dimulai dengan pemamaparan materi oleh Ibu Dr. Julisar, S.E., Ak., M.M., CA., CertDA. Beliau menyampaikan materi dengan tema *entrepreneurship* yang ditujukan kepada para lansia yang hadir dalam kegiatan PkM kali ini. Pada awal pemaparannya, Ibu Julisar menjelaskan pengertian entrepreneurship sebagai suatu proses mengatur, mengelola, dan menanggung risiko dalam menjalankan bisnis. Beliau juga menjelaskan bahwa entrepreneurship memiliki tujuan strategis, antara lain membuka lapangan pekerjaan baru bagi orang lain dan membantu untuk menjadi pengusaha sendiri, meningkatkan kesejahteraan hidupnya dan masyarakat di sekitar usaha yang dijalankan, menularkan dan mengembangkan semangat berwirausaha kepada orang lain, menciptakan jaringan bisnis yang baru yang dapat menyerap banyak tenaga kerja di sekitarnya, dan juga membantu para pengusaha muda untuk berekreasi dan berinovasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa entrepreneurship tidak hanya membahas tentang meraih keuntungan tetapi juga memberikan kontribusi nyata kepada kehidupan sosial.

Dalam pemaparannya, Ibu Julisar juga menguraikan berbagai manfaat berwirausaha yang dapat dirasakan baik oleh diri sendiri maupun secara sosial. Dari sisi pribadi, menjalankan kewirausahaan memberikan manfaat seperti mendapat kepuasan diri karena seseorang dapat bekerja sesuai dengan bidang yang diminati. Misalnya, orang yang hobi memasak bisa mengembangkan usaha di bidang kuliner, sementara yang gemar

menjahit dapat mengembangkan usaha di bidang *fashion* ataupun kerajinan. Selain untuk kepuasan diri, entrepreneurship juga dapat membuka peluang untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan pekerjaan yang sifatnya tetap. Walaupun risikonya juga tinggi, tetapi justru disitulah letak yang mendorong kreativitas dan inovasi. Dengan perencanaan yang baik dan strategi yang tepat, sebuah usaha dapat berkembang pesat sehingga melipatgandakan keuntungan. Manfaat berikutnya dari entrepreneurship, seseorang dapat mencapai potensi diri secara optimal. Banyak orang memiliki keterampilan, pengalaman, atau ide cemerlang yang kurang tersalurkan dengan baik. Dengan menjadi wirausahawan, potensi tersebut dapat diwujudkan menjadi karya nyata yang bernilai ekonomi. Tak hanya itu, entrepreneurship memungkinkan seseorang untuk melakukan sesuatu yang benar-benar disukai. Ketika seseorang mengerjakan hal-hal yang disukai, memulai usaha sesuai hobi dan kegemarannya, maka melakukan pekerjaan tersebut tidak terasa seperti beban, melainkan memberikan kesenangan dan bahkan memberi semangat dalam mengerjakannya.

Lebih jauh lagi, berwirausaha juga memiliki peran sosial. Seorang *entrepreneur* memiliki kesempatan untuk berkontribusi di tengah masyarakat, seperti membuka lapangan pekerjaan baru, memberdayakan orang lain, dan menciptakan barang ataupun jasa yang dapat bermanfaat bagi banyak orang. Maka dari itu, menjadi *entrepreneur* tidak hanya dihargai karena dapat sukses secara finansial, melainkan juga mendapat pengakuan dan apresiasi atas kontribusi sosialnya.

Selain memaparkan manfaat menjadi seorang *entrepreneur*, Beliau juga menjelaskan mengenai hakikat dasar *entrepreneurship* yang didasari pada kreativitas dan inovasi. Seorang *entrepreneur* dituntut untuk dapat berpikir serta melakukan sesuatu yang baru. Dua hal ini yang menjadi pilar penting yang membedakan *entrepreneur* dengan sekedar pelaku usaha. Seorang wirausaha juga dituntut untuk memiliki beberapa sifat penting, antara lain keterbukaan pikiran, memiliki keterampilan kepemimpinan, dan kemampuan untuk mengambil risiko. Beliau melanjutkan materi dengan menyebutkan beberapa karakteristik penting entrepreneurship, yang mencakup lima aspek, yaitu:

1. Aktivitas ekonomi
2. Kemampuan melakukan inovasi
3. Berani mengambil risiko
4. Mampu bekerja sama dalam tim
5. Berorientasi pada keuntungan

Tak lupa, Ibu Julisar juga membahas mengenai apa saja tahapan untuk berwirausaha. Beliau mengatakan bahwa ada beberapa tahapan yang harus dilalui, yang pertama adalah memulai. Pada tahapan ini, seorang entrepreneur memulai usaha dengan ide atau gagasan yang dapat muncul dari pengalaman pribadi, pengamatan terhadap lingkungan atau hasil riset yang telah dilakukan. Tahapan yang kedua adalah pelaksanaan, di sini *entrepreneur* mulai menjalankan bisnisnya sesuai dengan rencana bisnis yang telah dibuat, melakukan pembiayaan, membentuk sumber daya manusia yang berkualitas, melakukan pengambilan risiko dan dapat mengambil keputusan yang tepat. Tahapan selanjutnya adalah mempertahankan usaha atau bisnis yang dijalankan agar dapat tetap berjalan dan berkembang di tengah hambatan dan tantangan, dengan memikirkan strategi yang harus dilakukan sehingga usaha dapat bertahan, hingga akhirnya dapat melanjutkan ke tahapan yang terakhir, yaitu pengembangan usaha. Mengembangkan usaha dapat dilakukan dengan memperluas jaringan relasi, melakukan inovasi terhadap produk, dan

meningkatkan kualitas produk atau jasa yang diberikan. Dengan demikian, usaha tidak hanya bertahan, tetapi juga terus tumbuh dan memberi manfaat lebih luas.

Setelah pemaparan dari Ibu Julisar, kegiatan dilanjutkan dengan penyampaian materi oleh Ibu Denny Septa Haryanti, S.E. M.M. Dalam kesempatan ini, beliau menambahkan perspektif baru mengenai entrepreneurship dengan menjelaskan jenis-jenis wirausaha, kontribusi wirausaha bagi perekonomian, serta faktor-faktor penyebab keberhasilan dan kegagalan usaha. Pertama-tama Ibu Denny menjelaskan bahwa terdapat empat jenis entrepreneurship, yaitu:

1. *Builder*: Wirausahawan dengan tipe ini adalah seseorang yang fokus untuk membangun infrastruktur dengan merekrut talenta terbaik serta mencari investor terbaik.
2. *Opportunist*: Tipe *opportunist* adalah seorang pemimpin yang cenderung optimis dengan kemampuan untuk memilih peluang keuangan, bertahan selama masa pertumbuhan, dan keluar ketika bisnis mencapai puncaknya.
3. *Innovator*: Tipe pemimpin yang cenderung menghasilkan ide atau produk hebat yang belum pernah terpikirkan oleh siapa pun sebelumnya, sehingga menghasilkan terobosan yang unik.
4. *Specialist*: Tipe wirausaha yang memiliki sifat analitis dan menghindari risiko, serta memiliki keahlian yang kuat di bidang tertentu yang diperoleh melalui pendidikan.

Ibu Denny kemudian melanjutkan dengan menjelaskan bahwa entrepreneurship memberikan dampak positif bagi perekonomian. Kehadiran bisnis baru mampu menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan pajak, mendorong perubahan sosial, serta mendukung kegiatan-kegiatan di luar tujuan utama bisnis, seperti pendidikan dan kesehatan masyarakat, maupun kegiatan sosial lainnya. Beliau kemudian menjelaskan bahwa daya tarik utama menjadi seorang entrepreneur antara lain terletak pada kebebasan waktu dan peluang untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar. Namun demikian, keberhasilan wirausaha tidak terjadi begitu saja. Ada beberapa faktor yang dapat mendukung kesuksesan dalam berwirausaha. Ibu Denny menyebutkan bahwa faktor tersebut mencakup adanya perencanaan bisnis yang matang, visi, misi, dan tujuan yang jelas, serta komitmen yang tinggi untuk terus konsisten menjalankan usaha. Memiliki modal yang cukup dan pengelolaan keuangan yang baik juga sangat berpengaruh, begitu pula dengan keberadaan sumber daya manusia yang kompeten di bidang keuangan, pemasaran/*marketing*, dan operasional. Selain itu, keberhasilan usaha juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan untuk berinovasi dalam meningkatkan nilai tambah produk bisnis. Seorang wirausahawan dituntut untuk tidak berhenti pada produk awal yang dihasilkan, tetapi terus berupaya mengembangkan produk agar lebih relevan dan memiliki keunggulan kompetitif di pasar. Di samping itu, penting pula bagi seorang entrepreneur untuk memiliki keterampilan dan pengalaman di bidang usaha yang dijalankan. Pengetahuan yang mendalam mengenai industri yang dijalankan akan sangat membantu dalam pengambilan keputusan yang tepat dan strategi yang sesuai sehingga bisnis dapat berjalan secara efektif. Keberhasilan bisnis juga sangat dipengaruhi oleh dukungan dari sarana dan prasarana yang memadai. Peralatan yang memadai dan mendukung, serta akses terhadap teknologi akan mempermudah proses produksi, distribusi dan pemasaran produk atau jasa. Semua faktor tersebut saling berhubungan dan bersama-sama menjadi fondasi yang kuat untuk pertumbuhan dan kelanjutan usaha dalam jangka panjang.

Di sisi lain, Beliau juga mengingatkan bahwa juga ada beberapa faktor yang bisa menyebabkan kegagalan dalam *entrepreneurship*. Kegagalan tersebut sering kali disebabkan oleh karena kurang matangnya *entrepreneur* dalam merencanakan bisnis. Tidak sedikit juga seorang wirausahawan yang terhambat karena kurang inovasi dalam produk atau layanan, memiliki keterbatasan dalam kemampuan manajerial seperti keuangan, marketing, dan operasional, serta minimnya pengalaman. Faktor lainnya juga bisa terjadi karena lokasi bisnis yang tidak strategis, lemahnya pengawasan terhadap proses kerja maupun sumber daya yang dimiliki, serta tidak dapat memanfaatkan peluang yang ada. Terakhir, Bu Denny memberikan beberapa saran tentang bagaimana cara menjadi seorang *entrepreneur* yang sukses. Menurut beliau, hal pertama yang perlu diperhatikan adalah menjaga stabilitas keuangan dengan memastikan adanya cadangan dana yang cukup. Selain itu, calon wirausaha sebaiknya terus membangun keahlian dengan belajar dan mencoba hal-hal baru di dunia nyata, serta memperbanyak wawasan dengan mengonsumsi beragam informasi dan materi pengembangan pengetahuan dengan melihat industri dengan perspektif baru. Penting pula bagi seorang wirausaha untuk dapat mengidentifikasi masalah yang relevan dengan kebutuhan masyarakat sehingga dapat membantu untuk memecahkan masalah yang terjadi. Membangun jaringan kerja sama dengan pihak-pihak, seperti pemasok, pemodal/investor, dan komunitas bisnis dengan menghadiri konferensi juga menjadi faktor krusial. Pada akhirnya, seorang *entrepreneur* harus bisa tampil sebagai pemimpin yang dapat memberi teladan, bekerja keras dan dapat memotivasi serta menginspirasi karyawannya untuk mencapai tujuan bersama.

Setelah pemaparan dari Bu Denny, kegiatan dilanjutkan dengan pemaparan materi dari Ibu Irma, yang membahas topik seputar digital marketing. Beliau menjelaskan bahwa digital marketing merupakan kegiatan proses pemasaran atau promosi suatu brand, produk, maupun jasa yang dilakukan melalui media digital dengan bantuan perangkat atau teknologi. Memanfaatkan teknologi digital akan sangat penting dan bermanfaat bagi para pelaku usaha, baik dalam skala besar maupun kecil. Dalam penjelasannya, Ibu Irma memaparkan bahwa terdapat beberapa jenis saluran digital marketing yang dapat digunakan sesuai kebutuhan bisnis. Yang pertama dan yang paling mendasar adalah Search Engine Optimization (SEO), yaitu teknik yang digunakan untuk optimisasi suatu *website* dengan tujuan memudahkan mesin pencari untuk menemukan halaman/*website*. Selain itu, ada juga Search Engine Marketing (SEM), yaitu bentuk pemasaran di internet untuk meningkatkan *visibility website* di halaman hasil pencarian melalui promosi *website*. Beliau juga menjelaskan mengenai E-mail *Marketing* yang dilakukan dengan mengirim email ke pelanggan atau konsumen untuk membangun hubungan yang lebih personal dan keberlanjutan. Selanjutnya, Beliau juga menjelaskan mengenai *Affiliate Marketing*, dimana seseorang membantu memasarkan produk dari suatu usaha bisnis dan akan dapat keuntungan dari setiap transaksi pembelian yang berhasil dilakukan. Tak hanya itu, Bu Irma juga menjelaskan betapa pentingnya peranan *Social Media Marketing*. Pelaku bisnis dapat memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok untuk memperkenalkan produk, membangun interaksi dengan konsumen, dan memperkuat citra merek. Di samping itu, Beliau juga menyebutkan *Content Marketing*, yaitu strategi pemasaran yang menggunakan konten menarik untuk membuat orang tertarik dan tetap suka dengan produk atau layanan tertentu. Yang terakhir, Beliau menyebutkan strategi *Mobile Marketing*, yaitu strategi pemasaran yang mengoptimalkan penggunaan teknologi perangkat seluler untuk menjangkau target melalui SMS, email, media sosial, situs web, dan lainnya.

Lebih lanjut, Bu Irma menjelaskan bahwa dalam memilih saluran digital marketing ada beberapa faktor yang harus diperhatikan. Yang pertama, tujuan pemasaran harus ditentukan dengan jelas agar strategi yang dijalankan memiliki arah yang tepat. Kedua, pelaku bisnis harus mengenali target audiensnya untuk mengetahui kebutuhan mereka dan menawarkan produk yang sesuai. Ketiga, penting untuk melakukan analisis terhadap kompetitor, agar dapat memahami strategi yang dilakukan pihak lain dan menemukan keunggulan yang dapat ditonjolkan. Selain itu, pelaku usaha harus bisa menyesuaikan saluran pemasaran yang dipilih apakah sudah sesuai dengan identitas *brand* dan *value* perusahaan, serta menyiapkan anggaran untuk melakukan strategi yang dipilih.



Gambar 1. Dokumentasi Acara Pengabdian kepada Masyarakat Sekolah Lansia

Agar para peserta PKM lebih memahami materi, Bu Irma juga memberikan contoh kasus dari perusahaan global Nike. Beliau menjelaskan bagaimana Nike dapat membangun merek global melalui kampanye online. Salah satu strategi utama yang dilakukan Nike adalah dengan membangun Komunitas Online melalui aplikasi Nike Training Club dan Nike Run Club yang memberikan informasi tentang produk, menyediakan pelatihan, motivasi, dan interaksi langsung dengan pengguna. Selain itu, Nike juga secara aktif menggunakan media sosial untuk berbagi konten yang menginspirasi, berita produk terbaru, serta berinteraksi langsung dengan pengikut mereka. Mereka juga mengadakan kampanye hashtag seperti #JustDolt untuk menarik pengguna, memperkuat keterlibatan, dan memperluas jangkauan merek mereka. Ditambah juga, Nike menggunakan *influencer* dan *brand ambassador* dimana mereka bekerja sama dengan atlet terkenal seperti LeBron James, Cristiano Ronaldo, dan Serena Williams, yang memiliki jutaan pengikut di media sosial untuk membantu mencapai audiens yang lebih luas dalam dunia olahraga. Tak hanya itu, Nike meluncurkan kampanye di situs web yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi

dalam aktivitas online dan aktif menggunakan analisis data untuk memahami perilaku pelanggan mereka dengan lebih baik yang bertujuan untuk meningkatkan kesetiaan pelanggan dan mendorong penjualan ulang.

REFERENSI

- Akbar, R. S., Purbasari, R., Purnomo, M., Bisnis, D. A., & Padjadjaran, U. (2022). Corporate Entrepreneurship : Inovasi Net Visi Media. *Jurnal Investasi*, 8(2), 19–31.
- Bhegawati, D. A. S., Ribek, P. K., & Verawati, Y. (2022). Pembangunan Ekonomi Di Indonesia Melalui Peran Kewirausahaan. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1(1), 21–26.
- Chairoel, L., Hastini, L. Y., & Fitri, M. E. Y. (2023). Evaluasi Pemahaman Tentang Kewirausahaan Studi Kasus Mahasiswa Universitas Dharma Andalas. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 25(2), 573–583. <https://doi.org/10.47233/jebd.v25i2.1000>
- Hidayah, M. N., & Cahyani, R. R. (2024). Meningkatkan Kualitas Kehidupan Masyarakat Dengan Social Entrepreneurship. *Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 13(2), 86–94.
- Kelun, K., Kartoharjo, K., Madiun, K., Purwanto, H., Sidanti, H., Rizaldy, D. R., & Juliyanti, W. (2025). Penguatan Entrepreneurship Melalui Sosialisasi Inovasi dan Repackaging Produk Bagi Pelaku UMKM Keripik Tempe di. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(3), 631–636.
- Khamimah, W. (2021). Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 2017. <https://doi.org/10.32493/drj.v4i3.9676>
- Loppies, L. R., Asnawi, A., & Leasiwal, T. C. (2022). Pengaruh Kemampuan Pengelolaan Manajemen Keuangan Dan Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Program Kewirausahaan Mahasiswa Di Maluku. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 05(02), 101–112.
- Nasution, R. U. (2022). Strategi Memulai Bisnis baru dalam berwirausaha. *JSIM: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 3(3).
- Nuraisyah, N., Haryono, D., & Lutfiani, L. (2023). Pelatihan Strategi Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Kecamatan Sarjo (Membentuk Dan Mendukung Pengembangan Wirausahawan Muda Dan Pemula). *Sikemas Journal*, 2(2), 63–78.
- Raihana, S., & Junaedi, P. (2024). Penguatan Ekonomi Kreatif Lokal Melalui Pelatihan Kewirausahaan Digital di Komunitas Masyarakat. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat Jurnal (ADIMAS Jurnal)*, 5(1), 33–41.
- Safa, P., & Lubis, A. (2024). Inovasi Teknologi dan Transformasi Ekonomi : Peran Kewirausahaan dalam Pembangunan Ekonomi Daerah. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen (EBISMEN) Vol.*, 3(1).
- Sarirati, P., Budiasih, Y., Zuhrias, M. A., Naser, H., & Mahroji, D. (2024). Keterampilan entrepreneurship, pelatihan ecoenzyme & hidroponik guna mewujudkan kemandirian ekonomi masyarakat. *Jurnal Media Abdimas*, 3(3), 96–101.
- Sukma, P., Wardhani, N., & Nastiti, D. (2023). Implementasi pendidikan kewirausahaan dalam menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 4(April), 177–191.
- Xiang, X., Wang, J., Long, Z., & Huang, Y. (2023). Improving the Entrepreneurial Competence of College Social Entrepreneurs: Digital Government Building, Entrepreneurship Education, and Entrepreneurial Cognition. *Sustainability (Switzerland)*, 15(1). <https://doi.org/10.3390/su15010069>
- Yanto, M. (2023). Persepsi Mahasiswa PAUD Terhadap Pentingnya Kemampuan Entrepreneurship dalam Kesiapan Menghadapi Tantangan di Era Digital. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(1), 283–291. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v7i1.3572>