

PROGRAM PENGENALAN KEWIRAUSAHAAN BAGI SISWA MI HIDAYATUL INSAN KARANGANYAR MELALUI PELATIHAN PEMASARAN PRODUK OLAHAN HASIL PETERNAKAN

**Sri Purwati¹, Nancy Oktyajati², Sri Mayasari³, Suparwi⁴, dan Bagus
Andika Fitroh⁵**

^{1,2,3}Fakultas Teknik Universitas Islam Batik Surakarta, Jl. KH. Agus Salim No.10, Surakarta, 57147, Indonesia.

⁴Fakultas Hukum Universitas Islam Batik Surakarta, Jl. KH. Agus Salim No.10, Surakarta, 57147, Indonesia.

⁵Fakultas Peternakan Universitas Islam Batik Surakarta, Jl. KH. Agus Salim No.10, Surakarta, 57147, Indonesia.

Email: ananda.sripurwati@gmail.com

ABSTRAK

Pendidikan kewirausahaan perlu diajarkan sejak dini kepada siswa-siswi sekolah dasar agar menjadi generasi yang mandiri. Melalui pendidikan kewirausahaan, akan terbentuk jiwa inovatif dan kreatif sehingga dapat memanfaatkan peluang secara maksimal untuk membuat usaha baru. Salah satu sekolah dasar yang telah menerapkan pendidikan kewirausahaan adalah MI Hidayatul Insan Karanganyar melalui pelajaran muatan lokal kewirausahaan yang berfokus pada studi tentang pemasaran. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di MI Hidayatul Insan Karanganyar dilakukan melalui metode ceramah dan praktik secara langsung. Tujuan dari kegiatan ini yaitu memberikan pengetahuan kepada siswa-siswi MI Hidayatul Insan Karanganyar tentang pentingnya menerapkan strategi pemasaran khususnya produk nugget ayam untuk meningkatkan daya saing dan kemajuan bisnisnya, menentukan segmentasi pasar untuk mengetahui siapa yang menjadi target pasar untuk produk nugget ayam, membangun *brand* untuk menciptakan identitas diri yang menjadi pembeda dengan produk pesaing, serta menentukan lokasi penjualan.

Kata kunci: Branding, Hasil Peternakan, Kewirausahaan, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

Entrepreneurship education needs to be taught from an early age to elementary school students to become an independent generation. Through entrepreneurship education, an innovative and creative spirit will be formed so that they can take full advantage of opportunities to create new businesses. One of the elementary schools that have implemented entrepreneurship education is MI Hidayatul Insan Karanganyar through local content lessons on entrepreneurship which focuses on the study of marketing. Community service activities at MI Hidayatul Insan Karanganyar are carried out through lecture methods and direct practice. The purpose of this activity is to provide knowledge to MI Hidayatul Insan Karanganyar students about the importance of implementing marketing strategies, especially chicken nuggets

products to increase competitiveness and business progress, determine market segmentation to find out who is the target market for chicken nuggets products, build a brand for creating a self-identity that differentiates it from competing products, as well as determine the location of sales.

Keywords: *Branding, Entrepreneurship, Livestock Products, Marketing Strategy*

PENDAHULUAN

Kewirausahaan memiliki peran yang besar dalam pertumbuhan perekonomian dan tingkat kesejahteraan masyarakat di Indonesia (Khamimah, 2021). Pembangunan perekonomian suatu negara tidak hanya membutuhkan pembentukan modal saja, namun juga membutuhkan pembentukan jiwa wirausaha (Marsono et al., 2020). Para wirausahawan berperan penting dalam dalam menciptakan lapangan kerja, inovasi, serta pembayaran pajak sehingga akan menjadi sumber pertumbuhan ekonomi suatu negara (Mutiarasari, 2018).

Kewirausahaan merupakan suatu kemampuan untuk berpikir secara inovatif dan kreatif, selalu terbuka menerima masukan, serta cermat melihat peluang sehingga mampu menciptakan nilai tambah untuk bisnisnya (Saragih, 2017). Dalam mencapai kesuksesan dalam wirausaha, diperlukan niat yang kuat, keterampilan, inovasi dan kreativitas, serta keberanian untuk mengambil resiko. Oleh karena itu diperlukan dukungan dari berbagai pihak untuk membantu individu yang memiliki keinginan untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha melalui pendidikan kewirausahaan. Pendidikan kewirausahaan merupakan suatu proses penerapan pengetahuan, membangun sikap, serta mengembangkan keterampilan dan kompetensi sehingga lebih profesional

(Kusmintarti et al., 2017). Tujuan dari pendidikan kewirausahaan yaitu melatih individu menjadi pebisnis yang mandiri, mampu berpikir kreatif, memahami keragaman, serta berani memikul tanggung jawab dan mengambil resiko (Wibowo & Pramudana, 2016). Seiring dengan tingginya tingkat pengangguran dan rendahnya minat kewirausahaan di Indonesia, menjadikan pendidikan kewirausahaan sangat penting untuk diajarkan sejak dini.

Pendidikan kewirausahaan untuk anak sekolah dasar membutuhkan kurikulum dan metode ajar yang tidak hanya pembelajaran interaktif di kelas saja, melainkan juga praktik di lapangan seperti pelatihan keahlian dan keterampilan (Rachmadyanti & Wicaksono, 2017). Bagi para siswa sekolah dasar, pengenalan dunia wirausaha akan lebih efektif apabila diajarkan secara menarik melalui pelatihan atau praktik secara langsung dibandingkan dengan metode ceramah di kelas (Agustina, 2017).

Dalam konteks ekonomi, ada dua aspek yang yang berpengaruh terhadap minat seseorang yaitu risiko dan manfaat (Bukhori & Kusumawati, 2020). Minat siswa terhadap profesi wirausaha dipengaruhi oleh seberapa besar profesi wirausaha tersebut memberikan kemanfaatan apabila dibandingkan dengan profesi lain. Dengan kondisi tersebut, peran sekolah dan guru sangat penting untuk membangun persepsi siswa tentang

profesi wirausaha (Wahyuni & Hidayati, 2017). Oleh karena itu, dibutuhkan kurikulum dan metode ajar yang komprehensif melalui pembelajaran di kelas dan luar kelas.

Pendidikan kewirausahaan perlu diajarkan sejak dini kepada siswa-siswi sekolah dasar agar menjadi generasi yang mandiri (Pramiana et al., 2020). Melalui pendidikan kewirausahaan, akan terbentuk jiwa inovatif dan kreatif sehingga dapat memanfaatkan peluang secara maksimal untuk membuat usaha baru (Sukirman, 2017). Pemberian pendidikan kewirausahaan sejak dini diharapkan dapat meningkatkan potensi wirausahawan baru sehingga jumlah wirausaha Indonesia akan semakin meningkat di masa yang akan datang.

Madrasah Ibtidaiyah (MI) Hidayatul Insan merupakan sekolah dasar untuk para santri yang berlokasi di Ringinasri RT 02/13 Bejen, Karanganyar dengan visi "Terwujudnya Madrasah Ibtidaiyah yang mengamalkan Al Qur'an dan As Sunnah". Saat ini, MI Hidayatul Insan sedang berupaya meningkatkan kualitas serta daya saing sekolah. Salah satu peningkatan kualitas yang dilakukan yaitu membentuk pelajaran muatan lokal kewirausahaan. Dalam upaya mendukung pelajaran muatan lokal tersebut, maka disusun sebuah kurikulum dan materi pengajaran yang berfokus pada studi tentang pemasaran. Selain muatan lokal kewirausahaan, MI Hidayatul Insan sudah terlebih dahulu membetuk muatan lokal peternakan. Oleh karena itu, agar pelaksanaan kedua pelajaran muatan lokal tersebut saling terintegrasi, maka pada kegiatan pengabdian ini difokuskan pada pelatihan pemasaran hasil peternakan.

Saat ini, salah satu subsektor peternakan yang mengalami

peningkatan terus menerus adalah budidaya ayam. Ayam menjadi salah satu dari jenis unggas yang paling banyak dibudidaya dan dipelihara untuk dimanfaatkan telur, daging, serta bulunya (Alamsyah et al., 2019). Daging ayam memiliki kandungan nutrisi yang sangat tinggi. Dalam 100 gram daging ayam mengandung 23,6% protein, 7% lemak, 62 mg kolestrol, dan 135 Kkal kalori (Harmayani & Susanti, 2021). Dengan kandungan nutrisi yang tinggi menjadikan daging ayam sebagai salah satu makanan yang digemari oleh masyarakat. Salah satu olahan daging ayam adalah nugget (Hidayah et al., 2021). Pengolahan daging ayam menjadi nugget dilakukan untuk mencegah kerusakan pada daging ayam sekaligus untuk meningkatkan nilai tambah dari daging ayam tersebut (Ratulangi & Rimbing, 2021). Tingginya minat masyarakat akan produk nugget ayam menjadikan peluang bisnis produk tersebut sangat menjanjikan. Oleh karena itu pada kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pelatihan pemasaran hasil peternakan yaitu produk nugget ayam.

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu memberikan pengetahuan kepada siswa-siswi MI Hidayatul Insan Karanganyar tentang pentingnya penerapan strategi pemasaran khususnya produk nugget ayam, segmentasi pasar, membangun *brand*, dan penentuan lokasi penjualan.

METODE

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dilakukan pada hari Selasa, 22 Maret 2022 di MI Hidayatul Insan Karanganyar. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu metode ceramah dan praktik langsung dengan tema pelatihan pemasaran untuk produk hasil

peternakan. Kegiatan ini diikuti oleh santri-santri MI Hidayatul Insan kelas III dengan jumlah 28 peserta. Peralatan yang digunakan adalah plastik kemasan, nugget ayam yang telah digoreng, sticker logo, nampan, wadah plastik kotak, dan *print-out* materi. Adapun tahapan yang ditempuh dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut dimulai dari tahap analisis awal, tahap koordinasi dengan mitra pengabdian kepada masyarakat, tahap persiapan penyuluhan, dan tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

1. Tahap analisis awal

Dilakukan melalui metode observasi ke MI Hidayatul Insan Karanganyar sebagai mitra pengabdian kepada masyarakat serta peninjauan kurikulum muatan lokal kewirausahaan. Proses tersebut dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh sekolah tersebut.

2. Tahap Koordinasi dengan Mitra Pengabdian kepada Masyarakat

Proses koordinasi dilakukan dengan para ustaz dan ustazah MI Hidayatul Insan Karanganyar untuk menentukan jadwal pelaksanaan, lokasi, serta peserta pengabdian. Dari koordinasi tersebut diharapkan dapat ditentukan hari dan jam pelaksanaan, lokasi, dan peserta yang tepat sehingga kegiatan pelatihan pemasaran dapat maksimal serta tepat sesuai sasaran yang dituju.

3. Tahap Persiapan Pelatihan

Tahapan ini dimulai dengan menyiapkan materi pelatihan, persiapan pemateri, penataan dan cek lokasi kegiatan pelatihan, penyiapan peralatan seperti plastik kemasan, nugget ayam yang telah digoreng, sticker logo, nampan,

wadah plastik kotak, *print-out* materi, daftar hadir peserta, dan lain-lain.

4. Tahap Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan memberikan pemaparan informasi terkait pentingnya pemasaran, segmentasi pasar, penentuan merek, logo, *packaging* dan lokasi penjualan. Kemudian dilanjutkan dengan praktik langsung pemilihan logo, merek, dan pengemasan produk nugget ayam. Lama waktu kegiatan selama kurang lebih satu setengah jam diikuti dengan sesi tanya jawab dari peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan oleh dosen dari Program Studi Teknik Industri, Hukum, dan Peternakan dengan tujuan memberikan pembekalan bagi para siswa MI Hidayatul Insan Karanganyar tentang dunia wirausaha khususnya bidang pemasaran. Diharapkan dengan adanya kegiatan ini, akan menyiapkan para siswa untuk menjadi wirausahawan yang mandiri. Adapun hasil yang dicapai dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Program Pengenalan Kewirausahaan Bagi Siswa MI Hidayatul Insan Karanganyar Melalui Pelatihan Pemasaran Produk Olahan Hewan Ternak" yaitu sebagai berikut:

1. Pentingnya penerapan strategi pemasaran bagi para wirausahawan untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Bagi sebuah perusahaan, penerapan strategi pemasaran menjadi hal yang sangat penting bagi kemajuan perusahaan. Dalam strategi pemasaran, ditentukan suatu tindakan yang

paling efektif untuk menarik minat beli konsumen terhadap suatu produk sehingga mampu mempengaruhi *profit* yang diperoleh perusahaan. Strategi pemasaran merupakan suatu cara pengambilan keputusan yang didasarkan pada biaya dan distribusi pemasaran terkait dengan kondisi lingkungan maupun persaingan yang diharapkan. Jika dalam sebuah perusahaan tidak memiliki strategi pemasaran, maka produk yang dijual oleh perusahaan tersebut tidak akan diketahui oleh konsumen sehingga penjualan dan *profit* yang diperoleh menjadi rendah. Namun, apabila sebuah perusahaan menerapkan strategi pemasaran yang baik maka akan banyak orang yang mengenal produk yang dijual sehingga *profit* yang diperoleh menjadi tinggi.



Gambar 1. Pemaparan strategi pemasaran
(Sumber: dokumen pribadi)

2. Pentingnya penentuan segmentasi pasar yang tepat. Segmentasi pasar merupakan suatu kegiatan yang membagi target konsumen berdasarkan perilaku, kebutuhan, atau karakteristiknya agar perusahaan tersebut dapat memahami dengan lebih baik keinginan dan kebutuhan dari kelompok konsumen tersebut.

Dengan melakukan segmentasi pasar, suatu perusahaan akan lebih mengetahui siapa yang menjadi target pasar untuk produknya sehingga diharapkan produk tersebut sesuai kebutuhan pelanggan dan lebih diminati oleh pasar. Segmentasi pasar dibedakan menjadi empat jenis yaitu segmentasi geografis, demografis, psikografis, dan perilaku. Pada segmentasi geografis, konsumen dibagi kedalam kelompok tertentu berdasarkan aspek daerah seperti tempat tinggal. Segmentasi geografis sangat penting dilakukan karena perbedaan kebutuhan konsumen terhadap barang atau jasa berdasarkan pada cuaca, lokasi, dan keadaan. Pada segmentasi demografis, pembagian konsumen didasarkan pada perubahan-perubahan yang ada dimasyarakat seperti jenis kelamin, pekerjaan, usia, status pernikahan, pendapatan, jumlah keluarga, pendidikan, suku, agama, sosial, dan lain-lain. Pada segmentasi psikografis, konsumen dikelompokkan berdasarkan aspek psikologis konsumen seperti selera konsumen akan suatu produk yang mempertimbangkan gaya hidup, hobi, kepribadian, kelas sosial, ketertarikan, dan lain-lain. Sedangkan pada segmentasi perilaku, konsumen dikelompokkan berdasarkan tingkah laku dari konsumen terhadap produk yang ditawarkan seperti reaksi, pengetahuan, sikap, loyalitas, dan lain-lain. Adapun tujuan melakukan segmentasi pasar yaitu untuk mengenali target konsumen yang tepat, mengenali pesaing bisnis, menentukan strategi pemasaran yang paling efektif, menciptakan diferensiasi produk, meningkatkan

pelayanan yang diberikan ke konsumen, serta sebagai bahan perencanaan dan evaluasi bisnis selanjutnya. Dalam mengidentifikasi segmentasi pasar dapat dilakukan melalui tiga tahap yaitu tahap survei, analisis, dan pembentukan kelompok. Tahap survei dilakukan melalui pengamatan atau wawancara untuk mendapatkan pemahaman motivasi, perilaku, dan sikap konsumen. Tahap analisis dilakukan dengan menganalisis data hasil tahap survei melalui analisis variabel yang paling berkorelasi, dan analisis *cluster* untuk menentukan kelompok konsumen yang paling signifikan mempunyai perbedaan karakteristik. Tahap pembentukan kelompok dilakukan dengan identifikasi perbedaan-perbedaan pada tiap segmen konsumen berdasarkan geografi, demografi, psikografi, dan perilaku.



Gambar 2. Pemaparan segmentasi pasar
(Sumber: dokumen pribadi)

3. Membangun *brand* bagi sebuah produk. *Branding* produk merupakan suatu strategi pemasaran untuk menciptakan identitas diri yang menjadi pembeda dengan produk pesaing melalui logo, nama dagang, tampilan visual, kredibilitas, citra, dan lain-lain. Bagi seorang wirausahawan sangat

penting untuk membangun sebuah *brand*. Adapun manfaat dari membangun *brand* yaitu merubah cara pandang konsumen terhadap produk yang ditawarkan, menjadikan produk lebih dikenal dan diakui oleh konsumen, meningkatkan nilai suatu produk, membentuk citra profesional pada produk, serta membangun kepercayaan calon pembeli, klien, dan para pelanggan. Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, nama merek dagang yang diciptakan untuk produk nugget ayam adalah "CHINUMI" yang merupakan singkatan dari *Chicken Nugget by MI Hidayatul Insan*. Sedangkan logo yang didesain yaitu sebagai berikut:



Gambar 3. Logo produk nugget ayam oleh MI Hidayatul Insan
(Sumber: dokumen pribadi)

Agar tampilan visual dari produk nugget ayam ini menarik, maka digunakan desain plastik kemasan dan cetakan nugget yang bagus. Nugget ayam dicetak dengan cetakan yang membentuk hewan dan kartun, sedangkan plastik kemasan didesain dengan warna yang cerah sehingga menarik minat beli konsumen.



Gambar 4. Desain plastik kemasan produk nugget ayam (Sumber: dokumen pribadi)

Proses *branding* untuk produk nugget ayam dilakukan oleh siswa-siswi MI Hidayatul Insan dengan menciptakan nama merek dangang, pembuatan logo, dan desain kemasan plastik. Pada proses pengemasan, dalam satu plastik terdapat tiga buah nugget ayam dan plastik kemasannya ditempel sticker logo.



Gambar 4. Proses pengemasan produk nugget ayam (Sumber: dokumen pribadi)

4. Penentuan lokasi penjualan
Keberhasilan pemasaran suatu produk salah satunya ditentukan oleh strategi pemilihan lokasi

penjualan. Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini direncanakan lokasi penjualan untuk produk nugget ayam CHINUMI yaitu di kantin sekolah MI Hidayatul Insan. Hal ini dikarenakan target pasar untuk produk tersebut yaitu siswa-siswi sekolah dasar.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di MI Hidayatul Insan Karanganyar yang dilakukan melalui metode ceramah dan praktik langsung dengan tema pelatihan pemasaran untuk produk hasil peternakan telah terlaksana dengan baik. Adapun kesimpulan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut yaitu bagi seorang wirausahawan sangat penting untuk menerapkan strategi pemasaran dengan tujuan meningkatkan daya saing dan kemajuan bisnisnya, menentukan segmentasi pasar untuk mengetahui siapa yang menjadi target pasar untuk produknya, membangun *brand* untuk menciptakan identitas diri yang menjadi pembeda dengan produk pesaing, serta menentukan lokasi penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, D. A. (2017). Model Pembelajaran Untuk Mengenalkan Kewirausahaan. *Bangun Rekaprima*, 03(2), 43-56. https://jurnal.polines.ac.id/index.php/bangun_rekaprima/article/view/866
- Alamsyah, A., Basuki, E., Prarudiyanto, A., & Cicilia, S. (2019). Diversifikasi Produk Olahan Daging Ayam. *Jurnal Ilmiah Abdi Mas TPB Unram*, 1(1). <https://doi.org/10.29303/amtpb.v1i1.12>
- Bukhori, I., & Kusumawati, R. (2020).

- Pengabdian Masyarakat:
Internalisasi Kurikulum
Kewirausahaan SD
Muhammadiyah 2
Purwodiningratan. ... *Program
Pengabdian Masyarakat*, 1091-
1095.
[https://doi.org/10.18196/ppm.35.
95](https://doi.org/10.18196/ppm.35.95)
- Harmayani, R., & Susanti, S. (2021).
Kadar Protein Bakso Daging Ayam
Broiler Dengan Penambahan Jamur
Tiram. *AGRIPTTEK (Jurnal Agribisnis
Dan Peternakan)*, 1(1), 7-11.
[https://doi.org/10.51673/agripte
k.v1i1.608](https://doi.org/10.51673/agripte
k.v1i1.608)
- Hidayah, R. H., Oktaningrum, G. N.,
Fatikasari, M. H., & Subiharta, S.
(2021). Kualitas Sensoris Nugget
Ayam Kub. *Mediagro*, 17(2), 146-
153.
[https://doi.org/10.31942/md.v17i
2.4342](https://doi.org/10.31942/md.v17i
2.4342)
- Khamimah, W. (2021). The Role of
Entrepreneurship in Promoting the
Indonesian Economy. *Journal of
Business Disruption*, 4(3), 2017.
- Kusmintarti, A., Riwijanti, N. I., &
Asdani, A. (2017). Pendidikan
Kewirausahaan dan Intensi
Kewirausahaan dengan Sikap
Kewirausahaan sebagai Mediasi.
*Journal of Research and
Applications: Accounting and
Management*, 2(2), 119.
[https://doi.org/10.18382/jraam.v
2i2.160](https://doi.org/10.18382/jraam.v
2i2.160)
- Marsono, S., Lilis, S., & Lathifah, If.
(2020). Pelatihan Kewirausahaan
dalam Mewujudkan Kemandirian
Ekonomi Bagi Siswa Sekolah
Menengah Kejuruan (SMK) PGRI di
Surakarta. *WASANA NYATA : Jurnal
Pengabdian Kepada Masyarakat*,
4(2), 131-136.
- Mutiarasari, A. (2018). Peran
Entrepreneur Meningkatkan
Pertumbuhan Ekonomi dan
Mengurangi Tingkat
Pengangguran. *Jurnal Prodi
Ekonomi Syari'ah*, 1(2), 1-114.
[http://e-
jurnal.stail.ac.id/index.php/dinar/
article/download/83/90](http://e-
jurnal.stail.ac.id/index.php/dinar/
article/download/83/90)
- Pramiana, O., Susilo, D. E., Suprpto, S., &
Hendrawan, S. A. (2020).
Pendampingan Menumbuhkan
Minat Jiwa Enterpreneur Sejak Dini
dengan Jiwa Sadar Pajak Pada
Siswa/i SDN Sukorejo Perak. *Jurnal
ABDINUS: Jurnal Pengabdian
Nusantara*, 4(1), 216-224.
[https://doi.org/10.29407/ja.v4i1.
14664](https://doi.org/10.29407/ja.v4i1.
14664)
- Rachmadyanti, P., & Wicaksono, V. D.
(2017). Pendidikan Kewirausahaan
Bagi Anak Usia Sekolah Dasar.
*Seminar Nasional Inovasi
Pendidikan*, 419-437.
- Ratulangi, F. S., & Rimbing, S. C. (2021).
Mutu Sensoris Dan Sifat Fisik
Nugget Ayam Yang Ditambahkan
Tepung Ubi Jalar Ungu (*Ipomoea
batatas L.*). *Zootec*, 41(1), 230.
[https://doi.org/10.35792/zot.41.1
.2021.32865](https://doi.org/10.35792/zot.41.1
.2021.32865)
- Saragih, R. (2017). A Membangun Usaha
Kreatif, Inovatif Dan Bermanfaat
Melalui Penerapan Kewirausahaan
Sosial. *Jurnal Kewirausahaan*, 3(2),
50-58.
- Sukirman, S. (2017). Jiwa
Kewirausahaan dan Nilai
Kewirausahaan Meningkatkan
Kemandirian Usaha melalui
Perilaku Kewirausahaan. *Jurnal
Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 117.
[https://doi.org/10.24914/jeb.v20i
1.318](https://doi.org/10.24914/jeb.v20i
1.318)
- Wahyuni, W. R., & Hidayati, W. (2017).
Peran Sekolah dalam Membentuk
Keterampilan Wirausaha Berbasis
Tauhid di SD Entrepreneur Muslim
Alif-A Piyungan Bantul Yogyakarta.

MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 2(2), 359–377.
<https://doi.org/10.14421/manageria.2017.22-08>

Wibowo, S., & Pramudana, K. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha Yang Dimediasi Oleh Sikap Berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(12), 8167–8198.