

## Peningkatan Santripreneur Di Madrasah Aliyah Negeri Insan Cendekia (MAN IC) Sorong (Penerapan Bauran Pemasaran Pada Ide Bisnis Bola Bola Ubi)

Ridwan Abu Popilo<sup>1</sup>, Maikel Brayen Payung<sup>2</sup>, Jumarni<sup>3</sup>, Rahdatul Fikriah<sup>4</sup>, Erfansyah Amran<sup>5</sup>, Susetyowati Sofia<sup>6\*</sup>, Digor Mufti<sup>7</sup>, Muhammad Amin<sup>8</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8</sup> Universitas Muhammadiyah Sorong, Kota Sorong

\*susetyowati.sofia@gmail.com

---

### Article History:

Received: 10 Desember 2022

Revised: 15 Januari 2023

Accepted: 01 Februari 2023

**Keywords:** Santripreneur, Marketing Mix, Business Idea

**Abstract:** *Madrasah Aliyah Negeri Insan Cendekia Sorong is a school located in Maklibam, Kec, Mayamuk. Sorong Regency. In West Papua, we do community service at the Insan Cendekia Sorong State Madrasah Aliyah with the aim of increasing the entrepreneurial spirit of Sorong Insan Cendekia State Madrasah Aliyah students. This service can also help students' knowledge of making a business by paying attention to the quality of packaging production and the aesthetics of packaging, price, place of sale and promotion. The stages of implementing the activity are as follows: conducting friendly relations with the school, carrying out activities, giving material, question and answer strengthening material, closing, evaluating. The results of this dedication are in the form of additional knowledge and understanding of students in terms of entrepreneurship and the importance of passion in entrepreneurship, so that students have the motivation to become santripreneurs*

---

**Abstrak.** Madrasah Aliyah Negeri Insan Cendekia Sorong adalah sekolah yang berada pada Maklibam, Kec, Mayamuk. Kabupaten Sorong. Papua Barat kami melakukan pengabdian kepada masyarakat di Madrasah Aliyah Negeri Insan Cendekia Sorong dengan tujuan dapat meningkatkan jiwa berwira usaha siswa siswi Madrasah Aliyah Negeri Insan Cendekia Sorong. Pengabdian ini juga dapat membantu pengetahuan siswa siswi membuat usaha dengan memperhatikan kualitas produksi kemasan dan estetika kemasan, harga, tempat penjualan dan promosi. Tahapan pelaksanaan kegiatan sebagai berikut: melakukan silaturahmi dengan pihak sekola, pelaksanaan kegiatan, memberi materi, tanya jawab penguatan materi, penutup, evaluasi. Hasil dari pengabdian ini berupa tambahan pengetahuan dan pemahaman siswa-siswi dalam hal berwirausaha dan pentingnya pemasaran dalam berwirausaha, sehingga siswa siswi memiliki motivasi untuk menjadi seorang santripreneur

**Kata Kunci:** Santripreneur, Bauran Pemasaran, Ide Bisnis

## PENDAHULUAN

Wirausaha mulai diterapkan sebagai profesi di Indonesia karena masyarakat baru menerima wirausaha sebagai alternatif karir agar mendapatkan penghasilan (Widnyana, 2018). Masyarakat memiliki banyak sekali potensi untuk menjalankan wirausaha namun harus mengali lebih banyak potensi agar menjadi lebih inovasi dalam mengembangkan usahanya menggunakan unsur unsur manajemen yaitu *material, market, method, man, machine, dan money* (Permana & Mahameruaji, 2018). Bagi wirausahawan dengan melakukan wirausaha dapat berpeluang untuk menghasilkan pendapatan dan mengurangi angka pengangguran. Wirausaha juga dapat meningkatkan pendapatan perekonomian negara melalui pajak yang mereka bayar (Budy, 2017). Motivasi berwirausaha adalah dorongan kuat dari dalam diri seseorang untuk memulai mengaktualisasikan potensi diri dalam berfikir kreatif dan inovatif untuk menciptakan produk barudan bernilai tambah guna kepentingan bersama. Wirausaha akan muncul ketika seseorang berani mengembangkan usaha-usaha dan ide-ide barunya. Membuat seseorang menjadi berani mengembangkan usaha dan idenya melalui motivasi berwirausaha yang kuat. Menurut Basrowi, motivasi seseorang menjadi wirausha, yaitu:

1. Laba. Seseorang wirausaha dapat menentukan beberapa laba yang dikehendaki dan keuntungan yang akan diperoleh serta berapa yang akan dibayarkan kepada pihak lain dan karyawannya.
2. Kebebasan. Bebas mengatur waktu, bebas dari aturan yang menekan dan bebas aturan budaya organisasi.
3. Impian personal. Bebas mencapai standar hidup yang diinginkan, bebas dari rutinitas kerja yang membosankan, imbalan untuk menentukan misi visi dan imbalan sendiri.
4. Kemandirian. Memiliki rasa bangga karena dapat mandiri dalam segala hal dengan usaha sendiri (Lubis, 2018).

Sejak lahir kita tidak mendapatkan jiwa kewirausahawan akan tetapi jiwa wirausahawan berkembang karena beberapa faktor. Faktor yang mempengaruhi tumbuhnya keputusan untuk berwirausaha merupakan hasil interaksi dari beberapa faktor yaitu karakter kepribadian seseorang dan lingkungannya. Menurut Lambing dan Kuehl (2007), hasil penelitian terbaru menunjukkan ada empat hal yang mempengaruhi keputusan berwirausaha yaitu diri pribadi, lingkungan budaya, kondisi social, dan kombinasi dari ketiganya. Sedangkan menurut Hisrich (2005:18) dan Alma (2010:12), faktor yang mempengaruhi minat wirausaha adalah lingkungan, pendidikan, kepribadian seseorang, dan lingkungan keluarga (Putri, 2017).

Kewirausahaan mempelajari tentang nilai, kemampuan, dan perilaku seseorang dalam berkreasi dan berinovasi, oleh sebab itu objek studi kewirausahaan adalah nilai-nilai dan kemampuan seseorang yang diwujudkan dalam bentuk perilaku (Suryana, 2001). Dengan sendirinya kreativitas dan inovasi merupakan suatu hal yang esensial bagi setiap pelaku dalam kewirausahaan dimana setiap proses perkembangan usaha mulai dari tahap awal sampai pada tahap penurunan dibutuhkan pemikiran kreatif dan inovatif terhadap produk. Tujuannya agar suatu usaha dapat terus menghasilkan keuntungan sehingga dapat bersaing dengan mengikuti selera pasar

(konsumen) untuk perkembangan suatu usaha terutama di bidang usaha kecil dan menengah yang mempunyai capital kecil. Oleh karena itu wirausaha memerlukan ide-ide kreatif dan inovatif agar dapat efisien dan efektif dalam setiap tahapan.

Membahas tentang santripreneur tidak terlepas dari kata *entrepreneur* karena *santripreneur* adalah kependekan dari santri dan *entrepreneur*. *Santripreneur* adalah orang-orang yang menuntut ilmu di pondok pesantren yang memiliki usaha sendiri, santri yang berani membuka usaha mandiri dengan memanfaatkan peluang-peluang untuk menciptakan peluang sehingga usaha yang dijalankan dapat berkembang besar dan dapat menghadapi persaingan-persaingan dari para pesaing lainnya lalu menciptakan inovasi-inovasi baru (Dewi Laela Hilyatin, n.d.). Pendampingan pelatihan kewirausahaan kepada santri akan menciptakan skill wirausaha yang mumpuni dan didukung pengetahuan agama sebagai pegangan untuk menjadi pembisnis yang memiliki etika dan moral dalam mengembangkan bisnis. Santri perlu dibimbing dan diberikan oleh pihak pondok untuk peningkatan skill wirausaha nya dan menjadi santri yang giat dan berjiwa usaha dengan harapan setelah para santri lulus menjadi masyarakat produktif disegala bidang khususnya menjadi santripreneur dan mengurangi angka pengangguran di Indonesia (Hidayat., 2019).

Pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam ekonomi karena merupakan fungsi dari perusahaan yang bertugas untuk menentukan pelanggan, sasaran serta menentukan cara untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan kerja secara kompetitif (Nasution., 2017). Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan pelanggan. Alata-alat tersebut dapat digunakan untuk menyusun strategi jangka panjang dan juga untuk merancang program taktik jangka pendek. Bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu 4P (*product, price, place, promotion*) kemudian ditambah dengan 3P jasa yaitu *people, physical evidence, dan process* (Muhammad Supriyanto & Muhammad Taali, 2022). Bauran pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis dalam menciptakan, mengkomunikasikan, pengiriman, dan penciptaan nilai baik kepada konsumen, pelanggan, rekan dan masyarakat yang dibuat untuk menjadi sebuah rencana, membuat harga, dan mencapai pasar serta menjadi tujuan suatu perusahaan (Afidatur Ro'azah, 2021). Bauran pemasaran dianggap sebagai salah satu unsur strategi yang paling potensial di dalam memasarkan produk. Pemasaran yang efektif memadukan seluruh elemen pemasaran ke dalam satu program koordinasi yang dirancang untuk meraih tujuan pemasaran perusahaan dengan mempersembahkan nilai kepada konsumen. Bauran pemasaran menciptakan seperangkat alat untuk membangun posisi yang kuat dalam pasar sasaran (Philp, 2002).

Pada tahun 2013, Provinsi Papua Barat merupakan salah satu lokasi yang dibangun MAN Insan Cendekia dengan mengambil lokasi di Sorong sebagai barometer. Pendidikan di bumi cenderawasi kemudian diberinama MAN Insan Cendekia Sorong. Madrasah Aliyah Negeri Insani Cendekia Sorong berdiri pada tanggal 23 Agustus 2016 diambil sebagai hari lahir MAN Insani Cendekia Sorong karena pada waktu itu merupakan saat 8 MAN Insan Cendekia diresmikan Menteri Agama RI Bapal Lukman Hakim Syaifuddin dan penetapan kenegerian ke-8 MAN Insan Cendekia.

Pembentukan MAN Insan Cendekia berawal atas kebutuhan sumberdaya manusia yang memiliki kualifikasi tinggi ilmu pengetahuan maupun teknologi dan sejarah dengan keimanan maupun ketakwaan. Prof. Dr. Ing. B. J. Habibie menginisiasi lewat BPPT (Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi) membentuk STEP (*Science and Technology Equity Program*). Tujuan STEP adalah penyetaraan program ilmu pengetahuan dan teknologi untuk sekolah dilingkungan pesantren. MAN Insan Cendekia secara sadar dibangun karena dorongan kebutuhan ideal yaitu menghasilkan lulusan pendidikan tingkat menengah berbasis keislaman yang kuat di bidang iman dan takwa (IMTAK), akhlak mulia, ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK), dan seni budaya,

untuk menjawab tantangan-tantangan yang dihadapi masyarakat dewasa ini. Upaya menuju keseimbangan yang unggul, perpaduan antara kecerdasan intelektual, emosional, spiritual, dan sosial adalah cita-cita yang hendak dicapai dari program pendidikan MAN Insan Cendekia, dengan model berasrama (*boarding school*) telah menunjukkan sejumlah keberhasilan yang menabjubkan dapat bersaing dengan sekolah pada umumnya.

Mata kuliah berbasis pengabdian kepada masyarakat dilakukan di MAN Insan Cendekia Sorong yang merupakan salah satu satuan pendidikan dengan jenjang MA di Makbalim, Kec. Mayamuk, Kabupaten Sorong, Papua Barat. Dalam menjalankan kegiatannya, MAN Insan Cendekia Sorong berada di bawah naungan Kementerian Agama. MAN Insan Cendekia Sorong beralamat di Jl. Insan Cendekia SP.4 RT.6 RW.01, Makbalim, Kec. Mayamuk, Kab. Sorong, Papua Barat. Madrasah Aliyah Negeri Insani Cendekia (MAN IC) Sorong merupakan unit pelaksana teknis bidang pendidikan berbentuk satuan pendidikan madrasah jenjang pendidikan menengah pada jalur pendidikan formal pada Kementerian Agama, berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Direktur Pendidikan Islam. MAN Insan Cendekia Sorong dibangun atas kerja sama yang baik antara Pemerintah Kabupaten Sorong, Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Papua Barat dan Kementerian Agama Republik Indonesia.

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk (1) meningkatkan pengetahuan siswa siswi mengenai bauran pemasaran (*marketing mix*) yang di terapkan dalam pemasaran produk bola-bola ubi (2) memberikan motivasi kepada siswa siswi untuk berwirausaha. Pentingnya kegiatan pengabdian ini yaitu memberikan pengalaman kepada siswa siswi.

Mata kuliah berbasis pengabdian kepada masyarakat dilakukan di Jl. Insan Cendekia Makbalim, Mayamuk, Kabupaten Sorong Papua Barat, pada sebuah institusi yaitu Madrasah Aliyah Negeri Insan Cendekia Sorong. Analisis situasi yang telah dilakukan merupakan upaya untuk menggali informasi, potensi dan kendala yang ada sebagai bahan acuan untuk merumuskan program yang akan dilakukan. Permasalahan yang dihadapi yaitu kurangnya pemahaman dan pengetahuan siswa siswi tentang bauran pemasaran, serta kurangnya minat untuk melakukan produksi atau pembuatan produk usaha. Target dan luaran membantu dan menambah pemahaman terkait bauran pemasaran dan meningkatkan minat membangun usaha dengan menerapkan *marketing mix* kepada siswa siswi Madrasah Insan Cendekia Sorong.

## METODE

Kegiatan mata kuliah berbasis pengabdian kepada masyarakat dilakukan pada Sabtu, 17 Desember 2022 dilaksanakan di Madrasah Aliyah Negeri Insani Cendekia Sorong yang beralamatkan Jl. Insan Cendekia Makbalim, Mayamuk, Kabupaten Sorong, Papua Barat. Sasaran utama dalam kegiatan pengabdian ini yaitu siswa siswa Madrasah Aliyah Negeri Insani Cendekia Sorong. Tim pemasaran dari ide bisnis bola-bola ubi yaitu : Rahdatul Fikriah, Ridwan Abu Popilo, Maikel Brayen Payung, Erfansyah Amran dan Jumarni. Dan dosen pendamping dari Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi yaitu : Susetyowati Sofia, SE., MM, Digor Mufti, SE., MM dan Muhammad Amin, ME.

Kegiatan mata kuliah berbasis pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut :

1. Tahapan persiapan

Persiapan yang dilakukan bersilaturahmi terlebih dahulu dan bertemu langsung wakil kepala sekolah madrasah bagian kurikulum yaitu Bapak Mustahid, S.Pd., M.A. Beliau mengarahkan terlebih dahulu sebelum tim menyelenggarakan kegiatan harus memasukkan surat izin terlebih. Mitra utama dalam kegiatan mata kuliah berbasis pengabdian kepada masyarakat adalah Madrasah Aliyah Negeri Insan Cendekia Sorong. Tim pengabdian telah menjalani hubungan yang baik selama ini. Tim pengabdian bersama mitra kemudian menentukan waktu dan tempat pelaksanaan serta sasaran target kegiatan pengabdian. Sehingga kegiatan pengabdian dapat terlaksana dengan baik dan tim pengabdian menyiapkan materi.

2. Tahap pelaksanaan

Tim pengabdian menyampaikan materi mengenai pemasaran bola-bola ubi, adapun materi yang di sampaikan yaitu pengenalan bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam pemasaran, penerapan bauran pemasaran terdiri dari 4P yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*, cara perhitungan biaya pembuatan bola-bola ubi, profit yang akan di dapatkan dalam bisnis bola-bola ubi, serta pemasaran produk baik secara langsung kepada masyarakat sekitar dan promosi tidak langsung dengan menggunakan media sosial yaitu facebook dan instagram. Penyampaian materi pemasaran menggunakan dua alat yaitu proyektor dan laptop. Penggunaan proyektor pada kegiatan ini bertujuan untuk menampilkan materi mengenai bauran pemasaran. Penggunaan laptop bertujuan untuk memudahkan pemateri dalam membuat materi yang akan disampaikan dan sebagai pengarah dalam kegiatan penyampaian materi. Setelah penyampaian materi yaitu, sesi tanya jawab untuk memastikan penerimaan materi dalam kegiatan ini. Peserta diberi kesempatan untuk bertanya jika ada kendala atau materi yang kurang dipahami. Setelah sesi tanya jawab tim pengabdian memberikan hadiah kepada siswa yang aktif memberikan pertanyaan mengenai materi pemasaran bola-bola ubi. Selanjutnya penguatan materi dari dosen pendamping sekaligus memberikan motivasi bagi siswa siswi untuk berwirausaha.

3. Tahap evaluasi

Tahap evaluasi untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan pelaksanaan kegiatan mata kuliah berbasis pengabdian kepada masyarakat, baik dalam tataran pelaksanaan maupun peningkatan pemahaman dan keterampilan sasaran pengabdian. Kegiatan evaluasi dilakukan secara bersamaan dengan tahapan kegiatan pengabdian lainnya. Indikator keberhasilan pelaksanaan kegiatan ini adalah 1) telah berhasil melaksanakan seluruh tahapan kegiatan mata kuliah berbasis pengabdian kepada masyarakat; 2) kegiatan memberikan manfaat berupa peningkatan pengetahuan siswa mengenai bauran pemasaran dan berwirausaha usaha.

## HASIL

Kegiatan mata kuliah berbasis pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan pada hari Sabtu, 17 Desember 2022 di Aula Madrasah Aliyah Negeri Insani Cendekia. Kegiatan ini dilaksanakan bersama bapak Mustahid, S.Pd., M.A, Ibu Dewi Anggraeni S.Pd, Ibu Susetyowati Sofia, S.E.,M.M, Ibu Digor Mufti, SE., MM, Pak Muhammad Amin, ME dan beserta siswa siswi yang telah ikut kegiatan ini. Pengabdian ini dilakukan agar siswa siswi tahu pemasaran yang digunakan dalam produk bola-bola ubi. Ide yang sama dengan tim produksi dalam rangka program penumbuhan wirausaha baru di Madrasah Aliyah Negeri Insani Cendekia Kabupaten Sorong. Kegiatan ini melibatkan 56 siswa siswi yang mempunyai komitmen untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan mengenai pentingnya pemasaran dalam berwirausaha.

Kegiatan mata kuliah berbasis pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan agar siswa siswi mengetahui tentang bauran pemasaran yang didalamnya terdapat 4p yaitu *product, place, price, promotion*, agar siswa siswi dapat mengetahui bagaimana cara mempromosikan ide bisnisnya ke media sosial dan menambah wawasan mereka bagaimana bisa menjadi calon wirausaha muda. Kegiatan ini di buka oleh tim pengabdian atau selaku mahasiswa Semester 3 (tiga) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sorong. Materi PPT terdapat cara untuk memasarkan pada produk ide bisnis bola-bola ubi. Diharapkan dengan kegiatan ini, para siswa siswi Madrasah Aliyah Negeri Insani Cendekia nantinya mempunyai semangat menjadi pelaku usaha yang dapat memperkuat perekonomian dan mengurangi angka pengangguran. Gambar 1 menunjukkan salah satu tim pemasaran sedang mempersentasikan ppt yang menjelaskan mengenai pemasaran bola-bola ubi.



Gambar 1. Penyampaian materi

Gambar 1 menunjukkan salah satu tim pengabdian sedang mempresentasikan ppt yang menjelaskan mengenai pemasaran bola-bola ubi. Pada kegiatan tahapan pertama ini, salah satu tim pengabdian menjadi pemateri dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat oleh mahasiswa yang bernama Ridwan Abu Popilo. Bersama memberikan pelatihan atau wawasan secara intensif kepada peserta agar mampu memasarkan dalam memasarkan produk.

Materi yang disampaikan yaitu pemasaran yang digunakan dalam memasarkan produk bola-bola ubi, pentingnya pemasaran dalam wirausaha serta pengenalan bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam pemasaran. Sesi ini bertujuan memperkenalkan secara singkat apa yang dimaksud dengan bauran pemasaran (*marketing mix*) serta kelebihan dari penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*). Kegiatan dilanjutkan dengan pengenalan teknik social media *marketing*. Siswa siswi diperkenalkan dengan beragam social media untuk memasarkan produk yaitu instagram, facebook, dan whatsapp. Sosial media mampu menjadi sarana promosi. Demi keberlangsungan berjalannya usaha, maka faktor utama yang harus diperhatikan adalah faktor pemasaran.



Gambar 2. Siswa siswi aktif memberikan pertanyaan

Siswa siswi diberi kesempatan untuk bertanya jika ada kendala atau materi yang kurang dipahami. Sesi tanya jawab dan diskusi menjadi lebih hidup karena peserta sangat antusias untuk berdiskusi mengenai materi pemasaran yang disampaikan.



Gambar 3. Pemberian hadiah kepada siswa siswi yang aktif dalam sesi tanya jawab  
Pada gambar 3 tim pemasaran memberikan hadiah kepada siswa siswi yang aktif memberikan pertanyaan mengenai pemasaran bola-bola. Hadiah yang diberikan berupa gantungan kunci



Gambar 4. Penguatan materi

Penguatan materi disampaikan oleh dosen pembimbing yaitu Ibu Susetyowati Sofia S.E, M.M sekaligus memberikan motivasi kepada siswa siswi untuk berwirausaha.



Gambar 5. Sesi foto bersama

Kegiatan mata kuliah berbasis pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh mahasiswa semester 3 (tiga) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas



Muhammadiyah Sorong yang di Madrasah Aliyah Negeri Insan Cendekia Sorong berjalan dengan baik, keberhasilan pelaksanaan kegiatan pengabdian dikarebakan beberapa hal yaitu :

1. Dukungan penuh dari mitra Madrasah Aliyah Negeri Insani Cendekia (MAN IC ) Sorong
2. Partisipasi aktif oleh siswa siswi Madrasah Aliyah Negeri Insani Cendekia (MAN IC) Sorong.

## **KESIMPULAN**

Bauran pemasaran adalah seperangkat alat yang digunakan pemasaran untuk membentuk produk atau jasa yang ditawarkan serta dapat digunakan untuk strategi jangka panjang dan jangka pendek. Bauran pemasaran ini terdiri dari 4p yaitu *produk, price, place, promotion*. Tempat pengabdian dengan memberi pemahaman tentang pemasaran adalah Madrasah Aliyah Negeri Insan Cendekia (MAN IC ) Sorong yang terletak di Maklibam, Kec. Mayamuk, Kabupaten Sorong, Papua Barat dengan tujuan siswa siswi MAN IC dapat meningkatkan pengetahuan tentang bauran pemasaran (*marketing mix*) yang di terapkan dalam sebuah usaha dan memberi motivasi kepada siswa siswi untuk bermirusaha.

Kegiatan ini berlangsung pada hari sabtu,17 desember 2022 di Aula Madrasah Aliyah Negeri Insan Cendekia Sorong. Kegiatan ini dibuka oleh tim pengabdian atau selaku mahasiswa/i UNAMIN Sorong yang terdiri dari tim pemasaran dan produksi terdapat beberapa tahap dalam pemberian materi baurah pemasaran kepada siswa/i Madrasah Aliyah Negeri Insan Cendekia Sorong yaitu pemberian materi, tanya jawab dan penguatan materi yang disampaikan oleh dosen Fakultas Ekonomi setelah kegiatan dilanjutkan dengan penutup dan sesi dokumentasi.

## **PENGAKUAN**

Mata kuliah berbasis pengabdian kepada masyarakat bisa berjalan dengan baik berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Mustahid, S.Pd., M.A. Selaku Waki kepala Kurikulum Madrasah Aliyah Negeri Insan Cendekia Sorong
2. Ibu Dewi Anggraeni S.Pd. Selaku guru BK Madrasah Aliyah Negeri Insan Cendekia Sorong
3. Ibu Susetyowati Sofia, SE.,MM, Ibu Digor Mufti, SE.,MM dan Muhammad Amin, ME selaku dosen pembimbing
4. Serta siswa siswi yang telah mengikuti kegiatan pengabdian ini

**DAFTAR REFERENSI**

- Afidatur Ro'azah. (2021). Manajemen Pemasaran. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Budy, D. A. (2017). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Motivasi Kewirausahaan Terhadap Keterampilan Berwirausaha Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. *Journal for Business and Entrepreneur*, 1(1), 7–22.
- Dewi Laela Hilyatin. (n.d.). *Pemberdayaan Kewirausahaan Santri Berbasis Madrasah Santripreneur di Pondok Pesantren Darussalam*. 132–143. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Hidayat, S., Saleh, M., Rohaeni, N., Bina Bangsa Jl Raya Serang-Jakarta, U., & Pakupatan Kota Serang, B. (2019). Pelatihan Kewirausahaan Menuju Santripreneur Di Pondok Pesantren Al-Mubarak Kota Serang. *Journals.Upi-Yai.Ac.Id*, 2(3), 19–25. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/download/571/423>
- Lubis, P. K. D. (2018). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Keterampilan Berwirausaha Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan. *Niagawan*, 7(2), 95–101. <https://doi.org/10.24114/niaga.v7i2.10756>
- Muhammad Supriyanto, & Muhammad Taali. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Pengambilan Keputusan Menginap Di the Sun Hotel Madiun. *Epicheirisi: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran Dan Kesekretariatan*, 2(2), 26–33. <https://doi.org/10.32486/epicheirisi.v2i2.458>
- Nasution, M. I., Prayogi, M. A., & Nasution, S. M. A. (2017). Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan ( Analysis of the effect of marketing mix to sales volume). *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1012560>
- Permana, R. S. M., & Mahameruaji, J. N. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia Di Stasiun Televisi Lokal Radar Tasikmalaya Tv. *ProTVF*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i1.19878>
- Philp, K. (2002). *BAURAN PEMASARAN, MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN DALAM MENCiptakan LOYALITAS KONSUMEN*. 1(3), 89.
- Putri, N. L. W. W. (2017). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 137. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i1.19998>
- Widnyana, I. W., Widyawati, S. R., & Warmana, G. O. (2018). Pengaruh Pemberian Mata Kuliah Kewirausahaan Dan Pelatihan Wirausaha Terhadap Minat Wirausaha Ekonomi Kreatif Pada Mahasiswa Unmas Denpasar. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(1), 171–177.