



PENGEMBANGAN JIWA WIRAUSAHA UMKM MELALUI INKUBATOR BISNIS STIE BIMA PADA EVENT MOTOGP MANDALIKA

Development of MSME Entrepreneurs Through STIE Bima Business Incubator at Mandalika Motogp Event

Puji Muniarty*, Wulandari, M Syukur Dwiriansyah, Ovriyadin

Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima

Jl. Wolter Monginsidi Kompleks Tolobali Kota Bima

*Alamat Korespondensi : puji.stiebima@gmail.com

(Tanggal Submission: 27 Januari 2023, Tanggal Accepted : 21 Maret 2023)



Kata Kunci :

*Inkubator
Bisnis, UMKM,
STIE Bima,
Mandalika*

Abstrak :

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima merupakan salah satu perguruan tinggi yang konsen dalam pengembangan kewirausahaan di Pulau Sumbawa NTB. Sebagai program yang menjadi ruang bertumbuhnya para pengusaha, inkubator bisnis STIE Bima melakukan terobosan nyata dengan ikut berpartisipasi dalam event MotoGP yang diselenggarakan pada tahun 2022. Tujuan kegiatan adalah mengenalkan produk hasil kreatifitas civitas akademika UMKM Bima agar lebih luas jaringan pemasarannya dan untuk mengembangkan potensi jiwa kewirausahaan para pelaku UMKM/ civitas akademika serta ajang kolaborasi wirausawan sehingga mampu berkontribusi memberi manfaat bagi yang lain. Kegiatan ini dilaksanakan menggunakan metode partisipatif dimana melibatkan peran aktif civitas akademika STIE Bima beserta beberapa UMKM yang berada di sekitar wilayah Kota dan Kabupaten Bima. Kegiatan dilaksanakan dalam beberapa tahapan yaitu persiapan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan: Event MotoGP tidak hanya sebagai sarana kegiatan balap motor maupun promosi parawisata tetapi juga pengembangan UMKM agar lebih *go public* sehingga terciptanya *multiplier effect*. Tentunya tujuan akhir kesejahteraan masyarakat mengingat UMKM sebagai salah satu sarana lapangan pekerjaan yang menggerakkan ekonomi kreatif. Fenomena tersebut mendorong STIE Bima sebagai kampus entrepreneurship di Kota Bima giat mendorong pengembangan UMKM dengan melibatkan dan ikut berpartisipasi dalam kegiatan berkaitan dengan kewirausahaan. Selain itu pembeli merasa puas dengan bentuk pelayanan serta sambutan yang ramah saat membeli produk dengan harga yang terjangkau oleh pembeli. Kesimpulan: Kegiatan ini, outputnya juga dapat diakses dalam beberapa media local Bima antara lain pada kahaba.net,

www.gardaasakota.com, dan instagram official STIE Bima. Dipromosikannya produk UMKM pada MotorGp menunjukkan bahwa produk UMKM daerah Bima dapat bersaing di pasar modern.

Key word :

*Business
Incubator, MSME,
STIE Bima,
Mandalika*

Abstract :

Bima High School of Economics (STIE) is one of the higher education institutions that focuses on developing entrepreneurship on the island of Sumbawa, NTB. As a program that becomes a space for entrepreneurs to grow, the STIE Bima business incubator made a real breakthrough by participating in the MotoGP event which will be held in 2022. The purpose of the activity is to introduce products created by the creativity of the Bima UMKM academic community so that its marketing network is wider and to develop the potential of the soul. entrepreneurship for MSME actors/academicians as well as collaboration opportunities for entrepreneurs so they can contribute to benefit others. This activity was carried out using a participatory method which involved the active role of the STIE Bima academic community along with several MSMEs located around the Bima City and Regency area. Activities carried out in several stages, namely preparation, implementation, monitoring and evaluation. Activity results: The MotoGP event is not only a means of motorbike racing activities and tourism promotion, but also the development of MSMEs so that they go public so as to create a multiplier effect. Of course, the ultimate goal is public welfare considering that MSMEs are a means of employment that drives the creative economy. This phenomenon has encouraged STIE Bima as an entrepreneurship campus in Bima City to actively encourage the development of MSMEs by involving and participating in activities related to entrepreneurship. In addition, buyers are satisfied with the form of service and a friendly welcome when buying products at prices that buyers can afford. Conclusion: The output of this activity can also be accessed in several Bima local media, including on kahaba.net, www.gardaasakota.com, and STIE Bima's official Instagram. The promotion of MSME products on MotorGp shows that UMKM products in the Bima area can compete in the modern market.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Muniarty, P., Wulandari., Dwiriansyah, M. S., & Ovriyadin. (2023). Pengembangan Jiwa Wirausaha UMKM Melalui Inkubator Bisnis Stie Bima Pada Event Motogp Mandalika. *Jurnal Abdi Insani*, 10(1), 310-318. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v10i1.902>

PENDAHULUAN

Lokasi Sirkuit Mandalika merupakan areal dengan berbagai potensi wisata, kegiatan wisata menjadi hal yang menyenangkan kala balapan tak ada. Pilihan destinasi wisata di Mandalika memiliki panorama alam dan tempat wisata yang menarik dan kesan piknik yang luar biasa. Pilihan pantai pendukung arena sirkuit Mandalika yg dapat temukan yaitu di Pantai Seger, Pantai Serenting, Pantai Mawi, Pantai Kuta Mandalika, dan Pantai Tanjung Aan. Keanekaragaman budaya yang dapat di kunjungi yaitu Desa Sade dan Desa Ende buat melihat proses pembuatan kain tenun songket, tradisi, hingga tarian adat yang super menarik. Penginapan yang nyaman dan lekat dengan nuansa pedesaan hingga hotel dan resort mewah kelas internasional, daya tarik Mandalika memiliki *value* yang istimewa sebagai ikon ekonomi kreatif sebagai rekomendasi unggulan wisatawan. Sejalan dengan pendapat (Tabroni, 2021), kewirausahaan adalah suatu cara berpikir, menelaah dan bertindak yang didasarkan



pada peluang bisnis, pendekatan holistic, dan kepemimpinan yang seimbang dengan mendorong seseorang untuk memasuki karir wirausaha adalah adanya *personal attributes*, dan *personal environment*.

Keunggulan pesona wisata perlu didukung oleh kebijakan pemerintah terkait pemberdayaan masyarakat khususnya penguatann kapasitas *leading sector* Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). Pemberdayaan sebagai penguatan kapasitas masyarakat bertujuan agar berdaya sehingga memenuhi kebutuhan hidupnya baik yang bersifat fisik, ekonomi maupun sosial seperti mempunyai mata pencaharian, berpartisipasi dalam kegiatan sosial dan mandiri (Muniarty, 2021). Perhatian pemerintah terhadap UMKM yang sangat besar merupakan langkah strategis yang tepat dibutuhkan bangsa Indonesia. Keseriusan kepedulian pemerintah terhadap UMKM dengan program-program untuk menumbuh kembangkan UMKM di Indonesia (Purwanti, 2012). Pemerintah bekerja sama dengan beberapa elemen dan kampus menjadi salah satu mitra pendukung dalam pelaksanaan pembangunan di sektor ekonomi.

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima merupakan salah satu perguruan tinggi yang konsen dalam pengembangan kewirausahaan di Pulau Sumbawa NTB. Inkubator Bisnis STIE Bima sebagai laboratorium inovasi guna mempercepat pertumbuhan *startup* pengembangan rintisan dalam menumbuhkan ide dan usaha UMKM khususnya di Kota Bima dan sekitarnya. UMKM juga merupakan salah satu komponen utama pengembangan ekonomi lokal (Safitri, 2018). Sebagai program yang menjadi ruang bertumbuhnya para pengusaha, inkubator bisnis STIE Bima melakukan terobosan nyata dengan ikut berpartisipasi dalam event MotoGP yang diselenggarakan pada tahun 2022. Kegiatan pengenalan berbagai produk hasil kreativitas UMKM sangat menarik minat pengunjung sehingga promosi ini dianggap sukses dalam mengenalkan bahwa banyak hasil kreativitas masyarakat Bima yang tidak kalah bersaing dengan daerah lain.

Sejalan dengan pendapat (Fuadi, 2021) pelaksanaan pemberdayaan terhadap UMKM yaitu dapat menciptakan iklim yang kondusif, memperkuat potensi yang telah dimiliki, dan melibatkan pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi sehingga bisa memaksimalkan potensi menuju digitalisasi ekonomi. Kegiatan yang dilansir oleh beberapa warta media online Bima terkait andil STIE Bima membangun stand inkubator bisnis di arena sirkuit Mandalika Kabupaten Lombok Tengah NTB menjadi langkah promosi potensi UMKM Bima di kancah dunia dalam rangka mendorong pemulihan ekonomi daerah. solusi nyata terkait kendala dalam hal memasarkan produk-produknya, karena dengan terbatasnya akses informasi pasar yang mengakibatkan rendahnya orientasi pasar dan lemahnya daya saing di tingkat global (Herawati, 2020). Sejalan dengan pendapat (Rini, 2016) dimana kewirausahaan akan berdampak pada munculnya pengusaha baru yang mempunyai ketrampilan, pengetahuan, dan soft skill yang tangguh dan mampu bersaing dalam kondisi global. Semakin banyak pengusaha baru, semakin besar dampaknya pada pertumbuhan ekonomi, yaitu mengurangi pengangguran, kemiskinan, meningkatkan pendapatan dan pemerataan pendapatan.

Tujuan dari pengabdian ini yaitu adalah mengenalkan produk hasil kreatifitas civitas akademika UMKM Bima agar lebih luas jaringan pemasarannya dan untuk mengembangkan potensi jiwa kewirausahaan para pelaku UMKM/ civitas akademika serta ajang kolaborasi wirausahaan sehingga mampu berkontribusi memberi manfaat bagi yang lain. Manfaat dari kegiatan ini diharapkan produk-produk dari UMKM daerah Bima dikenal masyarakat luas dengan *scope* pasar tidak lagi skala lokal dan internasional namun pasar internasional selain masyarakat Nusa Tenggara Barat umumnya.

METODE KEGIATAN

Kegiatan dilaksanakan menggunakan metode partisipatif dimana melibatkan peran aktif civitas akademika STIE Bima beserta beberapa UMKM yang berada di sekitar wilayah Kota dan Kabupaten Bima. Kegiatan dilaksanakan dalam beberapa tahapan yaitu persiapan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi ;

- 1) Persiapan; tim dosen melakukan sosialisasi terkait program kegiatan inkubator bisnis dengan melakukan survey ke UMKM terkait kesiapan produk yang akan dipromosikan saat event MotoGP Mandalika. Daya ungkit potensi daerah dengan tampilan khas yang mencerminkan karakteristik Bima. Produk yang terdata dikemas kembali dalam packing yang lebih baik agar menarik konsumen/pembeli. Selain itu, penyusunan perencanaan kegiatan selama event MotoGP berupa pembagian tugas dan tanggung jawab selama di lokasi (stand).
- 2) Pelaksanaan; civitas akademika berbagi tugas sesuai *job description* antara lain; bagian logistic, pengaturan display produk, pencatatan penjualan, pengecekan stok barang dan promosi. Produk yang ditampilkan sedapat mungkin mengedepankan ciri khas bima sesuai potensi wilayah Bima dan keunikan serta tampilan menarik yang menggugah minat pembeli. Tiap bagian melaksanakan tugas secara terkontrol oleh koordinator masing-masing devisi. Bagian promosi secara maksimal menarik minat pembeli dengan salah satu bentuk pelayanan yaitu memberikan penjelasan terhadap jenis produk yang ditawarkan berupa komposisi, cara penggunaan dan manfaat nya.
- 3) Monitoring; selama pelaksanaan kegiatan di stand, tim melakukan monitoring terkait kelancaran kegiatan khususnya penjualan produk. Tidak hanya kuantitas yang terjual melainkan *feed back* berupa respon pembeli terkait produk yang dipasarkan oleh tim. Pengendalian kelancaran dan keteriban menjadi poin penting yang terus diterapkan selama kegiatan berlangsung.
- 4) Evaluasi ; konsep kewirausahaan pengembangan nilai terhadap produk. Konsep kewirausahaan tekegiatan yang telah terlaksana perlu dilaksanakan evaluasi berupa tingkat partisipasi pembeli berdasarkan orientasi baik berupa tampilan produk, cita rasa maupun keunikan yang menarik minat pembeli. Keberhasilan berupa tingkat kunjungan penonton yang mengunjungi stand inkubator bisnis STIE Bima serta penyebar luasan berita terkait kegiatan di beberapa media sosial dan warta berita lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Prameswari (2017) menyatakan kendala UMKM dalam bidang Sumber Daya Manusia yaitu kurangnya pengetahuan mengenai teknologi produksi terbaru dan cara menjalankan *quality control* terhadap produk, kemampuan membaca kebutuhan pasar masih belum tajam, pemasaran produk masih mengandalkan cara sederhana *mouth to mouth marketing*. Sementara itu, di sisi lain, perguruan tinggi memiliki sumberdaya manusia dan sumber daya pengetahuan dalam jumlah yang memadai untuk membantu meningkatkan kualitas UMKM, baik dari sisi manajemen usaha maupun kapabilitas teknologi informasi (Mutasowifin, 2021). Produk UMKM Bima diharapkan dapat *go public* melalui promosi dan teknologi yang dikembangkan oleh inkubator bisnis STIE Bima. UMKM yang skala pemasaran masih bersifat local dapat dikembangkan baik dari segi kualitas dan teknik pemasaran sehingga mendukung eksistensi UMKM sebagai penyedia lapangan pekerjaan.

Industri kreatif sebagai pilar utama dalam mengembangkan sektor ekonomi kreatif akan memberikan dampak positif bagi kehidupan masyarakat (Wicaksono, 2012). Banyak pelaku UMKM yang mengelola usahanya tanpa memiliki dasar pengetahuan maupun ketrampilan mengenai manajemen usaha dan manajemen keuangan yang baik. Tidak jarang usaha hanya dijalankan dengan mengandalkan insting dan pengalaman saja. Aspek-aspek manajemen usaha yang meliputi perencanaan usaha, pengorganisasian, implementasi, dan pengendalian usaha menjadi sesuatu yang jarang diperhatikan padahal hal tersebut sangat penting dalam membangun dan mengembangkan usaha (Fauzi, 2020). Pengembangan jiwa wirausaha didorong oleh pemerintah dengan bekerja sama bersama akademisi diharapkan dapat membangkitkan semangat pelaku UMKM untuk lebih meningkatkan kreatifitas nya.

Tahap Persiapan

UMKM adalah tumpuan perekonomian Indonesia, selain karena distribusinya yang terdapat di seluruh wilayah Indonesia, juga karena posisinya yang menjadi sentral karena banyak tenaga kerja

didalamnya. Jumlah UMKM di Indonesia juga sangat banyak dan mendominasi berbagai sektor usaha (Iskandar, 2020. Kegiatan perekonomian yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi adalah sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Aimasari, 2015). Fenomena tersebut mendorong STIE Bima sebagai kampus enterpreunership di Kota Bima giat mendorong pengembangan UMKM dengan melibatkan dan ikut berpartisipasi dalam kegiatan berkaitan dengan kewirausahaan. Berbagai produk yang dijajaki pada stand event MotorGP Mandalika diantaranya produk olahan seperti kripik pisang, nugget tuna, bakso tuna, madu, minuman sarua, susu kuda liar, kopi dan kain tenun Bima dan fashion tenun dari tenun UKM Dina. Produk-produk yang dipamerkan pada event tersebut sudah melalui seleksi yang dari internal kampus yang unik dan menjadi brand unggul dari masing-masing kelompok dosen yang tergabung dalam Inkubator Bisnis STIE Bima.



Gambar 1. Persiapan stand gerai produk

Produk yang berasal dari UKM Dina, mengalami pengemasan kembali berupa penambahan label serta kemasan plastik agar produk lebih higienis dan menarik. Pengemasan beberapa produk makanan juga menggunakan alumunium foil, plastik vakum dan botol buat minuman khas Bima. Tim juga melakukan desain display gerai agar menarik pembeli dengan mengatur penyusunan produk. Tidak lupa, penciri stand dipasang berupa spanduk dan banner.

Pelaksanaan

Event MotoGP merupakan salah satu momentum yang dimanfaatkan dengan baik oleh STIE Bima untuk berpartisipasi dalam pengenalan produkUMKM. Beberapa produk yang dibawa untuk display yaitu, tenunan khas bima, aneka olahan tuna jenis sirip biru, dodol kawista (kinca), lulur pinang, olahan susu kuda liar, daging menjangan dan produk olahan khas bima lainnya. Aneka produk yang penjualan awalnya hanya terbatas skala local, dapat dikenal oleh masyarakat luas bahkan ke kancah internasional. Produk display diserbu oleh pengunjung dan laris terjual. Rata-rata testimoni pengunjung stand inkubator nya menyatakan menilai keunikan produk menjadi daya tarik. Dengan demikian menjadi peluang bagi UMKM untuk memperluas akses pasar serta menjadi tantangan agar mampu bertahan di era digitalisasi (Fuadi, 2021). Berikut antusias pengunjung pada stand STIE Bima.



Gambar 2. Pengunjung berpose setelah membeli produk

Monitoring dan Evaluasi

Event MotoGP tidak hanya sebagai sarana kegiatan balap motor maupun promosi parawisata tetapi juga pengembangan UMKM agar lebih *go public* sehingga terciptanya *multiplier effect*. Tentunya tujuan akhir kesejahteraan masyarakat mengingat UMKM sebagai salah satu sarana lapangan pekerjaan yang menggerakkan ekonomi kreatif. Oleh karena keunggulan inilah maka sejak tahun 2001 inkubator dijadikan salah satu program Kementerian Koperasi dan UKM kerjasama dengan 13 perguruan tinggi negeri dan swasta. Peraturan Presiden Nomor 27 Tahun 2013 menyebutkan bahwa dalam rangka meningkatkan daya saing nasional perlu ditumbuh kembangkan wirausaha baru yang tangguh, kreatif, dan profesional. Pengembangan inkubator wirausaha bertujuan untuk menciptakan dan mengembangkan usaha baru yang mempunyai nilai ekonomi dan berdaya saing tinggi dan mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya manusia terdidik dalam menggerakkan perekonomian dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi (Mopangga, 2015).

Bentuk monitoring selama kegiatan moto GP berupa jumlah produk terjual, ada tidaknya keluhan pembeli terkait pelayanan serta respon pembeli terhadap produk. Berdasarkan observasi selama kegiatan, pembeli tertarik dengan beberapa produk kerajinan seperti tenunana khas Bima karena dinilai unik dan harga nya relatif terjangkau bahkan lebih murah dibandingkan produk pada gerai/stand lain. Selain itu, berdasarkan hasil evaluasi menunjukkan pembeli merasa puas dengan bentuk pelayanan serta sambutan yang ramah saat membeli produk. Bahkan respon positif terlihat saat produk langsung diperkenalkan cara pemakaian simple dari sarung tenun khas bima yang dibandrol harga Cuma sekitar Rp 270.000,- seperti gambar berikut ini.



Gambar 3. Model promosi produk

KESIMPULAN DAN SARAN

Produk display diserbu oleh pengunjung dan laris terjual. Rata-rata testimoni pengunjung stand inkubator nya menyatakan menilai keunikan produk menjadi daya tarik. Inkubator Bisnis STIE Bima sebagai laboratorium inovasi guna mempercepat pertumbuhan startup pengembangan rintisan dalam menumbuhkan ide dan usaha UMKM khususnya di Kota Bima dan sekitarnya. UMKM juga merupakan salah satu komponen utama pengembangan ekonomi lokal. Tujuan partisipasi inkubator bisnis dalam event motoGP menjadi ajang promosi produk olahan UMKM Bima diharapkan sebagai sarana promosi untuk pengembangan produk khususnya jaringan penjualan yang lebih luas. Hal ini mendorong jiwa kewirausahaan sesuai dengan program utama inkubator bisnis STIE Bima.

Kegiatan inkubator bisnis STIE Bima perlu mendapat dukungan dari pemerintah baik dari segi penganggaran dan kebijakan. Meningat geliat wirausaha memerlukan wadah sebagai katalisator guna percepatan pengembangan UMKM khususnya di Kota Bima.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terima kasih kepada Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima yang sudah mendukung tim dalam memperlancar pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dan dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima yang telah memberikan saran dan kritikan atas kesempurnaan tulisan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aimasari, N., & Ghina, A. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Memotivasi Wanita Untuk Menjadi Wirausaha (Studi Pengusaha Wanita Umkm Di Kota Bandung Tahun Factor Analysis That Motivate Woman To Become Entrepreneur (a Study Based on Woman Entrepreneur of Micro , Small and Medium Enterpri. *E-Proceeding of Management*, 2(3), 2795–2799.
- Ariana, R. (2016). *Peningkatan Kinerja UMKM Melalui Pemberian Bantuan Wirausaha Pemula Di Provinsi Lampung Tahun 2013 S/D 2015*. 8(1), 1–23.
- Fauzi, H. (2020). Pelatihan Manajemen Keuangan Bagi Pelaku Umkm Sebagai Upaya Penguatan Umkm Jabar Juara Naik Kelas. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 247–255. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i3.324>
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.21831/diklus.v5i1.37122>
- Iskandar, Y., Zulfainarni, N., & Jahroh, S. (2020). Pengaruh Karakteristik Usaha dan Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM Industri Pengolahan Perikanan di Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN)*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.31002/rn.v4i1.2205>
- McGee, R., Breneman, D. E., & Spector, A. A. (1977). Regulation of fatty acid biosynthesis in Ehrlich cells by ascites tumor plasma lipoproteins. *Lipids*, 12(1), 66–74. <https://doi.org/10.1007/BF02532975>
- Mopangga, H. (2015). *Trikonomika*. *Trikonomika*, 14(1), 13–24. <http://www.journal.unpas.ac.id/index.php/trikononika/article/view/587>
- Muniarty, P., Wulandari, W., Nurhayati, N., Kusumayadi, F., & Amirulmukminin, A. (2021). *Jurnal Abdi Insani Universitas Mataram*, 8(2), 143–149.
- Mutasowifin, A. (2021). Peningkatan Kualitas Manajemen UMKM dan Minat Wirausaha Mahasiswa Melalui Pembelajaran Project-Based Learning. *JIRA: Jurnal Inovasi Dan Riset Akademik*, 2(6), 857–865. <https://doi.org/10.47387/jira.v2i6.168>
- Rindrayani, S. R. (2016). Strategi Pengembangan Umkm Melalui Pembelajaran Kewirausahaan Sebagai Penggerak Ekonomi Indonesia. *Seminar Nasional Manajemen Ekonomi Akuntansi (Senmea)*, 259–269.
- Safitri, H., & Khasan Setiaji. (2018). Pengaruh Modal Usaha dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro dan Kecil di Desa Kedungleper Kecamatan Bangsri Kabupaten

- Jepara. *Economics Education Analysis Journal*, 7(2), 792–800.
- Siregar, R. S., & Rosa, M. (2021). *UMKM Dengan Membangun Usaha Olahan Makanan Luring (LUMPIA KERING) Di Desa Sukamanah Sumber : Google Maps Desa Sukamanah*. 1(4), 211–219.
- Vijaya, D. P., & Irwansyah, M. R. (2018). Pengaruh Modal Psikologis, Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Startegi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Umkm Di Kecamatan Buleleng Tahun 2017. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(1).
<https://doi.org/10.23887/ekuitas.v5i1.15571>