J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah
Vol.4, No.3, April 2025

Penerapan *Strategic Management Model* untuk Meningkatkan Profitabilitas Wirausaha di Indonesia melalui Program *Entredev* (*Entrepereneur Development*)

Mohammad Makhrisyafrisal[1], Lusi Reni Intan[2], Ade Triana[3], Tita Miawati[4], Nur Dina[5]
[1,2,3,4,5]Universitas Pertiwi
E-mail: 24220009@pertiwi.ac.id[1], 24220018@pertiwi.ac.id[2], 24220020@pertiwi.ac.id[3], tita.miawati@pertiwi.ac.id[4], nur.dina@pertiwi.ac.id[5]

Article History:
Received: 06 Maret 2025
Revised: 02 April 2025
Accepted: 10 April 2025

Keywords: *Entrepreneur Development (ENTREDEV), Profitabilitas, Strategic Management Model, Wirausaha*

Abstract: *The purpose of writing this article is to describe the application of the Strategic Management Model as an effort to increase the profitability of entrepreneurs in Indonesia through the ENTREDEV (Entrepreneur Development) program implemented in 2024 by the Assistant Deputy for Business Consultation and Assistance. The research method used is descriptive method, and the strategic management model used is the model from Fred R. David which suggests that there are three stages of strategy, namely strategy formulation, strategy implementation and strategy evaluation. The ENTREDEV program was attended by 300 participants out of 2300 entrepreneurial participants. The strategy formulation stage is by improving the 2024 program compared to the previous three-year program, the vision and target which was originally a beginner entrepreneur to an established entrepreneur. The strategy implementation stage is by designing case study sessions, growth sprints, networking sessions with various approaches and stakeholders. The strategy evaluation stage of the ENTREDEV program is that in addition to the entrepreneurs achieving high satisfaction, namely 8.1/10 from the ENTREDEV program, 89 entrepreneurs also experienced an increase in turnover and profitability.*

PENDAHULUAN

Kewirausahaan memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, Wirausaha melalui Kewirausahaan memberikan kontribusi signifikan dalam perekonomian Indonesia, menyumbang lebih dari 60% PDB dan menyerap banyak tenaga kerja. Namun, wirausaha seringkali menghadapi berbagai tantangan, termasuk keterbatasan sumber daya dan persaingan pasar yang ketat. Oleh karena itu, penerapan model manajemen strategi yang efektif menjadi sangat penting untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan wirausaha. Data menunjukkan bahwa masih banyak wirausaha yang belum menerapkan strategi manajemen secara sistematis. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) merupakan alat yang paling banyak digunakan

oleh wirausaha untuk mencapai pemahaman yang lebih baik tentang posisi mereka di pasar dan lingkungan bisnis (Ahmadi, 2023). Hanya sekitar 30% wirausaha yang melakukan analisis SWOT secara rutin untuk memahami posisi mereka di pasar. Hal ini menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha belum sepenuhnya menyadari pentingnya perencanaan strategis dalam mencapai tujuan bisnis mereka. Tanpa adanya strategi yang jelas, wirausaha berisiko mengalami penurunan kinerja dan profitabilitas.

Penelitian sebelumnya telah menyoroti bahwa penerapan manajemen strategi dapat meningkatkan kinerja wirausaha secara signifikan. Manajemen strategi membantu mengintegrasikan hasil evaluasi SWOT ke dalam rencana tindakan yang konkret, sehingga wirausaha dapat mengoptimalkan sumber daya, merespons perubahan lingkungan, dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan (Ahmadi, 2023). Lebih lanjut, manajemen strategi dalam evaluasi SWOT pada wirausaha, dapat menjadi dasar bagi wirausaha untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dan menghadapi tantangan bisnis di era globalisasi.

Pentingnya pembahasan mengenai penerapan model manajemen strategi pada wirausaha tidak dapat dipungkiri. Dengan memahami bagaimana strategi mempengaruhi profitabilitas, pelaku usaha dapat mengambil langkah proaktif untuk mengatasi tantangan yang ada dan memanfaatkan peluang pasar. Diskusi ini juga relevan dalam konteks kebijakan pemerintah yang menekankan pengembangan wirausaha sebagai pilar penting pertumbuhan ekonomi nasional (Istiqomah & Mahendra, 2022). Hubungan antara penerapan manajemen strategi dan kinerja wirausaha sangat erat. Strategi pengembangan merupakan instrumen untuk mencapai tujuan jangka panjang yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, atau daerah setempat melalui persiapan dan pemberian bantuan untuk mengembangkan dan meningkatkan kemampuan usaha yang lebih maju (Hilfanisa, 2021). Selama pandemi COVID-19, misalnya, banyak wirausaha berhasil bertahan dengan mengubah model bisnis mereka melalui digitalisasi dan inovasi produk.

Melalui penerapan model manajemen strategi yang sistematis, wirausaha dapat meningkatkan efisiensi operasional dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya. Wirausaha seringkali menghadapi keterbatasan sumber daya, dinamika pasar yang cepat, dan tantangan unik dalam mengenali serta memanfaatkan peluang bisnis (Zaelani, 2019). Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk memahami proses manajemen strategi secara komprehensif. Proses penerapan manajemen strategi di wirausaha meliputi beberapa tahapan penting: analisis lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi hasil. Perubahan pola persaingan yang ketat maka strategi suatu perusahaan harus disesuaikan atau diubah untuk memperoleh peluang-peluang dan menghindari ancaman dari para pesaing (Wijandari & Sumilah, 2021). Dengan melakukan evaluasi secara berkala, wirausaha dapat menyesuaikan strategi mereka untuk tetap relevan di pasar.

Selain itu, keterlibatan semua pihak dalam proses ini sangat penting. Partisipasi karyawan dan pemangku kepentingan lain dalam proses perencanaan strategis sangat penting untuk memastikan keselarasan tujuan organisasi dengan kebutuhan pasar (Ahmadi, 2023). Ini tidak hanya meningkatkan komitmen karyawan tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang lebih kolaboratif. Pemerintah yang menaungi wirausaha senantiasa membuat program untuk meningkatkan kinerja wirausaha yang identik dengan kegiatan kewirausahaan. Kewirausahaan merupakan motor penggerak pertumbuhan dari wirausaha Salah satu program yang sudah dijalankan dan terus bertransformasi sejak tahun 2021 misalnya dari Deputi Kewirausahaan Kementerian Koperasi dan UKM yaitu program ENTREDEV (*Entrepreuner Development*) yang memberikan pendampinagn, pelatihan, evaluasi sebagai bentuk penerapan manajemen strategi kewirausahaan pada wiausaha dengan pendekatan program berupa Fasilitasi praktik wirausaha,

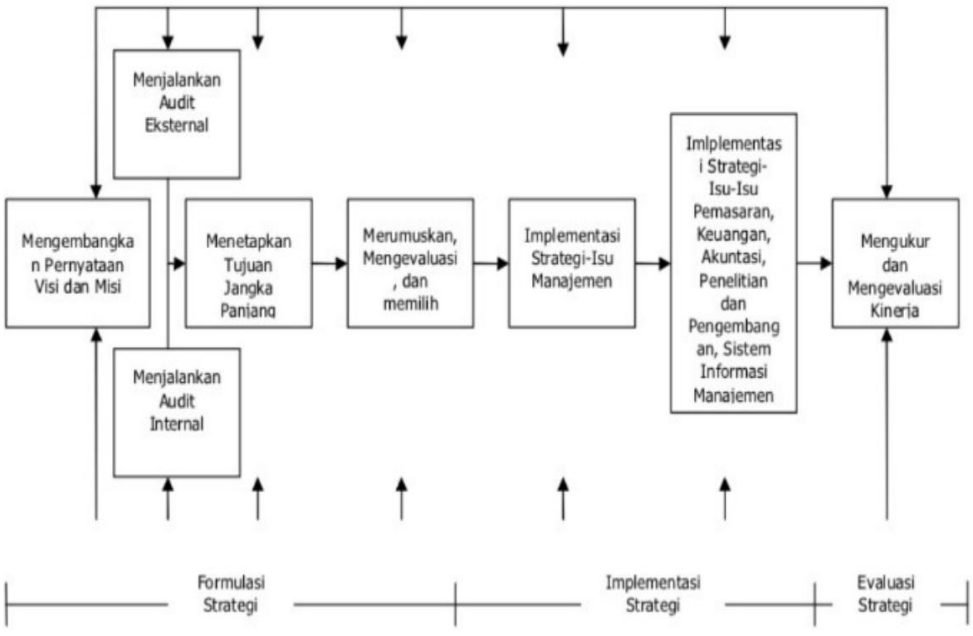
Sharing goals, dan Fasilitasi akses.

Program Entrepreneur Development 2023 merupakan salah satu langkah strategis dalam mengimplementasikan Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional. Program ini ditujukan untuk mempercepat pencapaian target yang telah ditetapkan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024, yaitu meningkatkan rasio kewirausahaan nasional menjadi 3,95% pada tahun 2024. Tujuan program ini yaitu 1). Terbentuknya tata kelola perusahaan secara baik dan tertulis; 2). Berkembangnya usaha para peserta wirausaha pemula; 3). Meningkatkan kontribusi wirausaha terhadap pembangunan berkelanjutan (SDGs).

Penerapan model manajemen strategi pada wirausaha bukan hanya tentang meningkatkan profitabilitas semata, tetapi juga tentang menciptakan keberlanjutan bisnis jangka panjang. Dengan menerapkan prinsip-prinsip manajemen strategi secara efektif, kewirausaahaan dapat berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan wirausaha dan pertumbuhan ekonomi nasional serta menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mendeskripsikan tentang "Penerapan *Strategic Management Model* untuk meningkatakan profitabilitas wirausaha di Indonesia melalui program ENTREDEV".

LANDASAN TEORI

Manajemen strategi merupakan salah satu upaya perusahaan dalam mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitifnya. Manajemen strategi dapat diartikan sebagai suatu proses dalam melakukan perencanaan, implementasi, dan evaluasi yang dirancang pada suatu keputusan lintas fungsi. Dalam konteks manajemen strategis, analisis mengenai lingkungan eksternal maupun internal juga strategi berperan penting untuk menunjang suksesnya organisasi pada bisnis yang berdinamika dan terus berkembang. Strategi bisnis ini sangat penting dilakukan di awal perencanaan perusahaan. Strategi manajemen berorientasi pada pengembangan strategi secara makro seperti pengembangan produk, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi penerapan harga, strategi mengenai keuangan dan strategi lainnya (Muhsin, dkk, 2024).



Gambar 1. Model Manajemen Strategi Fred David

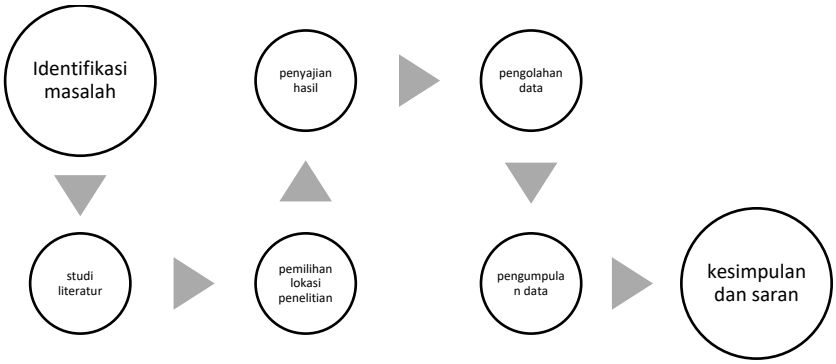
Manajemen strategi berfokus pada pengintegrasian berbagai aspek penting seperti manajemen, pemasaran, keuangan, produksi dan operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi dalam menghasilkan data dan fakta untuk mendukung proses pembuatan keputusan untuk mencapai tujuan organisasi. Terdapat berbagai macam model manajemen strategi, salah satunya yaitu Model manajemen strategi Fred R. David yang dapat diterapkan dalam kewirausahaan dengan cara yang terstruktur dan sistematis. Berikut adalah langkah-langkah penerapan model ini dalam konteks kewirausahaan:

1. Perumusan Strategi
2. Pada tahap ini, wirausahawan atau pemilik usaha melakukan langkah-langkah berikut:
    a. Menetapkan Visi dan Misi: Menentukan tujuan jangka panjang dan alasan keberadaan usaha. Visi dan misi yang jelas membantu mengarahkan semua aktivitas bisnis.
    b. Analisis SWOT: Mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi usaha. Ini membantu dalam memahami posisi pasar dan tantangan yang ada.
    c. Menetapkan Tujuan Jangka Panjang: Menentukan sasaran yang ingin dicapai dalam periode tertentu, seperti peningkatan penjualan atau ekspansi pasar.
    d. Menyusun Strategi Alternatif: Mengembangkan beberapa pilihan strategi berdasarkan analisis yang dilakukan. Misalnya, strategi pemasaran baru atau pengembangan produk.
    e. Memilih Strategi Terbaik: Memilih strategi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan berdasarkan analisis SWOT dan sumber daya yang tersedia.
3. Implementasi Strategi
    Setelah strategi dirumuskan, tahap implementasi meliputi:
    a. Menetapkan Tujuan Tahunan: Membuat target tahunan yang spesifik untuk memudahkan pencapaian tujuan jangka panjang.
    b. Pengalokasian Sumber Daya: Mengatur sumber daya yang diperlukan, seperti modal, tenaga kerja, dan bahan baku untuk mendukung pelaksanaan strategi.
    c. Membangun Budaya Organisasi: Mengembangkan budaya kerja yang mendukung strategi yang telah ditetapkan, termasuk motivasi karyawan untuk berkontribusi pada pencapaian tujuan.
    d. Pemasaran dan Promosi: Mengatur usaha pemasaran agar sesuai dengan strategi yang telah dipilih, termasuk penggunaan media sosial dan pemasaran digital.
4. Evaluasi Strategi
    Tahap evaluasi penting untuk memastikan bahwa strategi berjalan dengan baik:
    a. Monitoring Kinerja: Mengukur hasil dari implementasi strategi terhadap tujuan yang telah ditetapkan.
    b. Analisis Ulang SWOT: Memperbarui analisis SWOT secara berkala untuk menilai apakah kondisi internal dan eksternal masih relevan.
    c. Tindakan Korektif: Jika hasil tidak sesuai harapan, pemilik usaha harus siap untuk melakukan penyesuaian atau perubahan strategi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode Deskriptif. Penelitian deskriptif dilaksanakan agar mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu atau lebih variabel (independen) tanpa membuat perbandingan atau penghubung dengan variabel yang lainnya. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Dalam hal ini tujuannya yaitu untuk melihat bagaimana penerapan model manajemen strategi pada program yang dijalankan pemerintah (ENTREDEV) untuk meningkatkan pertumbuhan kewirausahaan dan pertumbuhan ekonomi. Program dilakukan terhadap 300 wirausaha Dimana jumlah seluruh peserta yaitu 2300, dengan tahapan program terdiri dari perencanaan, pelaksanaan, evaluasi. Hal ini juga sesuai dengan model manajemen strategi dari Fred R. David Model ini memiliki tiga tahapan utama, yaitu perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.



Gambar 2. Langkah Penelitian Deskriptif

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut David & David (2015) menjelaskan *"strategic management can be defined as the art and science of formulating, implementing, and evaluating cross-functional decisions that enable an organization to achieve its objectives".* Dengan kata lain manajemen strategi sebagai seni dan ilmu dalam memformulasi/ merumuskan, menerapkan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuannya. Manajemen strategi memiliki fokus pada pengintegrasian beberapa aspek penting yaitu: manajemen, pemasaran, keuangan, produksi dan operasi, penelitian dan pengembangan, serta tak kalah penting yaitu sistem informasi dalam menghasilkan data dan fakta untuk mendukung proses pembuatan keputusan untuk mencapai tujuan organisasi. Sedangkan menurut Fred R. David (2017), "*Strategic management can be defined as the art and science of formulating, implementing, and evaluating cross-functional decisions that enable an organization to achieve its objectives*." Fred R. David menjelaskan bahwa proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahapan, yaitu, memformulasikan strategi, mengimplementasikan strategi dan mengevaluasi strategi.

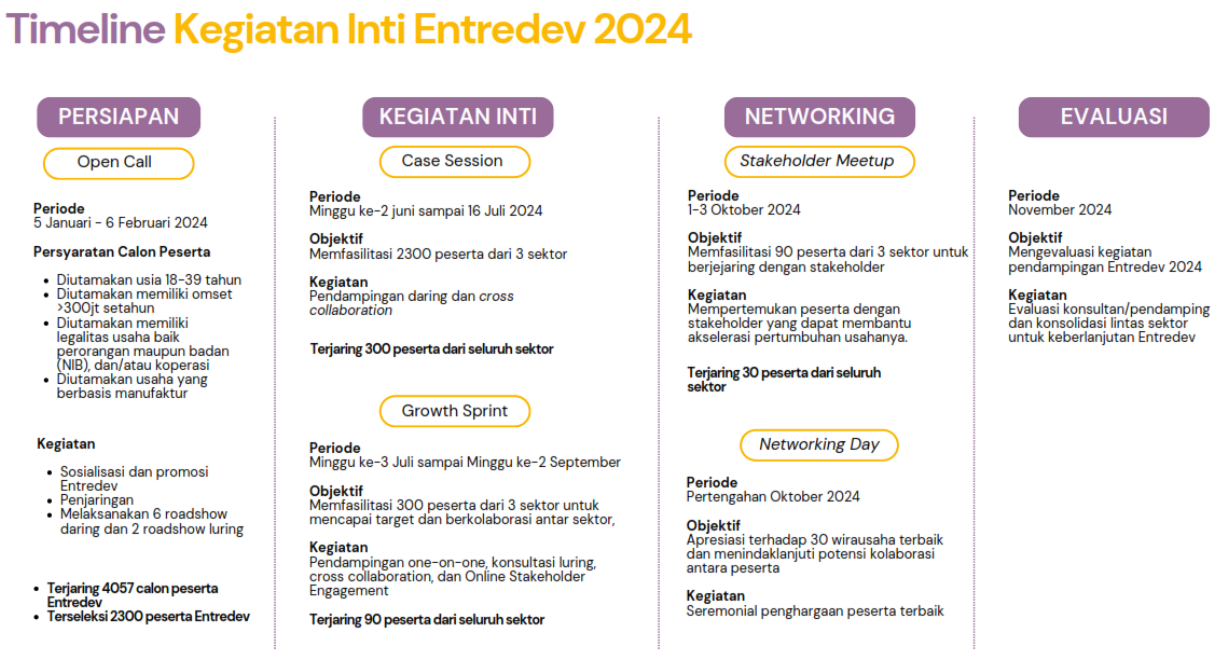
Penerapan model manajemen strategi (*strategic management model*) dari Fred R David ini jika diterapkan dalam kegiatan dan program Wirausaha pada program ENTREDEV (*Entrepreneur Development*).

1. Memformulasikan Startegi

   Pada tahap ini, program ENTREDEV (Entrepreneur Development) 2024 merinci berbagai aspek:

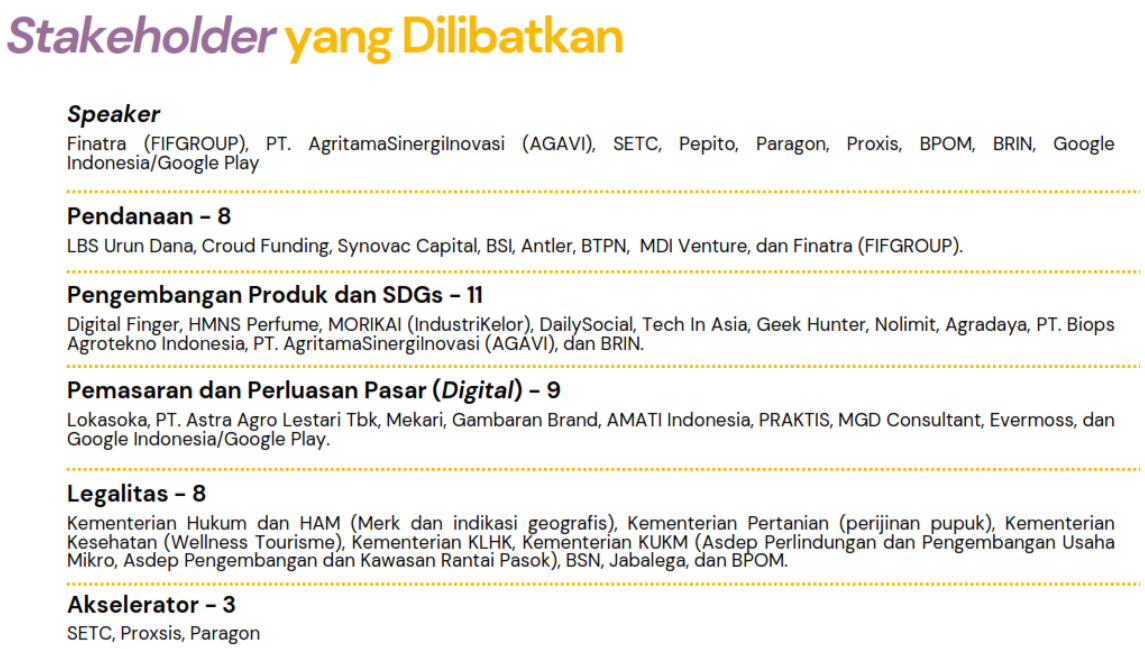
   a. Tujuan: untuk mengembangkan usaha para wirausaha melalui program pendampingan usaha dan konsultasi bisnis.
   b. Target: 4% Pertumbuhan wirausaha Baru
   c. Analisis masalah dan kondisi: Kondisi saat ini pelaku usaha memiliki produktivitas yang rendah, kurang inovasi, rendahnya penerapan teknologi, sehingga belum dapat memasuki pasar persaingan. Negara maju memiliki rasio kewirausahaan minimal 12% dari jumlah penduduk. Sedangkan Indonesia baru 3,23% pada tahun 2023.

d. Pendekatan Program yang dirancang: Fasilitasi praktik wirausaha, *Sharing goals*, Fasilitasi akses. Metode dengan presentasi, pendampingan dan *sharing*.
e. Tahapan Program: Persiapan, *case session* (kegiatan inti), *growth sprint*, *networking session*, keberlanjutan (evaluasi). Setiap tahapan disiapkan mulai dari waktu, persyaratan peserta, kegiatan, objektif hingga proses penjaringan peserta.
f. Evolusi: Entredev 2024 evolusi dari tahun 2021 dengan target 600 peserta dan menjadi wirausaha pemula, pada tahun 2022 dan 2023 target dari calon peserta menjadi wirausaha pemula dengan jumlah 3100 peserta pada tahun 2022, dan 2300 pada tahun 2023. Sedangkan tahun 2024 target yaitu menjadi wirausaha mapan dengan lebih banyak peserta.



Gambar 3. Gambaran Kegiatan Inti
Sumber: Asisten Deputi Konsultasi Bisnis dan Pendampingan, 2024

2. Implementasi Strategi
Setelah strategi dirumuskan, tahap implementasi meliputi:
a. Tujuan Program: Terbentuknya tata kelola perusahaan secara baik dan tertulis; Berkembangnya usaha para peserta wirausaha pemula; Meningkatkan kontribusi wirausaha terhadap pembangunan berkelanjutan (SDGs)
b. Pada tahap pelaksanaan terdapat kegiatan *stakeholder meetup* Entredev yang bertujuan mempertemukan peserta Entredev 2024 dengan *stakeholder* yang dapat membantu akselerasi pertumbuhan usahanya. *Stakeholder* yang akan diundang akan dikurasi oleh penyelenggara dan Tim keasdepan Konsultasi Bisnis dan Pendampingan.
e. Waktu pelaksanaan *stakeholder meetup* 1-3 Oktober 2024. *Stakeholder* akan dikelompokkan berdasarkan 6 (enam) kategori yaitu legalitas, pendanaan, pemasaran, perluasan pasar (digital), pengembangan produk & SDGs, dan akselerator. Mengundang sebanyak ± 35 stakeholder. Dipilih dari mitra pelaksana sebanyak 9 stakeholder dan dari AKBP sebanyak 26 stakeholder.



Gambar 4. Stakeholder yang Dilibatkan dalam Entredev 2024
Sumber: Asisten Deputi Konsultasi Bisnis dan Pendampingan, 2024

3. Evaluasi Strategi

Tahap evaluasi penting untuk memastikan bahwa strategi berjalan dengan baik. Untuk memastikan ini dilakukan dengan mengukur sebaran dampak yang ditimbulkan oleh program, menilai keberhasilan program yang dirasakan oleh wirausaha, serta membandingkan efektivitas program ini dengan program sejenis lainnya. Evaluasi ini akan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai sejauh mana program ini mencapai tujuan yang telah ditetapkan, serta kontribusinya terhadap perkembangan dan pertumbuhan kewirausahaan di Indonesia. Selain itu sebagai sebuah strategi dalam mengelola wirausaha dan meningkatkan pertumbuhan kewirausahaan maka program ini harus dievaluasi untuk mendapat masukan program terkait hal-hal relevan yang harus ditingkatkan untuk Entrepreneur Development di tahun berikutnya. Adapun beberapa hasil diperoleh berkaitan evaluasi program Entredev 2024, yaitu:

a. Metode evaluasi yaitu dengan Survey *online* dan wawancara semi terstruktur. Pengambilan *sampling* dengan Teknik *purposive sampling*. Wilayah yang dilakukan survey yaitu 37 Provinsi pada tahapan Entredev *case session* dan *growth sprint*.
b. Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan *case session* dan pendampingan *online*, rata-rata penilaian menunjukkan skor yang cukup tinggi, berkisar antara 7,7 hingga 8,3. Hal ini menunjukkan bahwa peserta umumnya merasa puas dengan pelaksanaan kegiatan. Beberapa poin penting yang mendapatkan penilaian tertinggi mencakup penyampaian materi oleh narasumber serta dukungan fasilitator dan pendamping, yang dinilai bermanfaat dan mudah dipahami. Selain itu, jadwal yang tepat waktu dan proses yang terstruktur juga mendapatkan apresiasi positif dari peserta. Rata-rata kepuasan peserta yaitu 8,1/10.
c. Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan *Growth Sprint*, dapat disimpulkan bahwa program ini cukup efektif dengan mayoritas skor di atas 8,0. Pendamping dan konsultan dinilai

mampu memberikan masukan yang bermanfaat dalam mencapai target jangka pendek, sementara fasilitator sangat membantu peserta dalam mengikuti setiap tahapan kegiatan. Tahapan *Growth Sprint* dianggap relevan dan bermanfaat untuk pengembangan usaha peserta, dengan jadwal yang dirancang cukup baik meskipun masih ada ruang untuk penyesuaian. Namun, durasi kegiatan mendapatkan skor terendah, menunjukkan bahwa beberapa peserta mungkin merasa durasi tersebut perlu disesuaikan lebih lanjut dengan kebutuhan mereka.

d. Setelah mengikuti program Entredev 2024 ini, diketahui pelaku wirausaha mengalami kenaikan omset yaitu sebanyak 89% (237 dari 300 responden) dan kenaikan omset raya-rata yaitu 85% dari omset biasanya. Selain mengalami peningkatan omset, pelaku usaha juga mengalami peningkatan pertumbuhan tenaga kerja yaitu pertumbuhan rata-ratanya 46%. Rata-rata nilai kepuasaan peserta saat *Growth Sprint* yaitu 8/10.
e. Pada evaluasi tentang *stakeholder meetup* diketahui bahwa mayoritas peserta membutuhkan akses dan pendampingan untuk pemasaran (67%), pendanaan (67%). Adapun selain itu, kebutuhan peserta wirausaha untuk mencapai wirausaha mapan yaitu untuk aspek pengembangan produk, digital marketing, legalitas dan SDGs.
f. Mayoritas peserta berada pada tahap "Keterkaitan" dengan 76,8%, menunjukkan hubungan yang intensif. Diikuti oleh "Penjajakan" sebesar 18,9%, yang menandakan awal eksplorasi kerjasama. "Komitmen Awal" tercatat sebesar 1,3%, menunjukkan niat komitmen awal. Hanya 0,3% yang menunjukkan "Tidak ada Kerja sama," menandakan sedikit peserta yang tidak melanjutkan hubungan.

KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan tentang bagaimana penerapan dari salah satu model manajemen strategi dalam meningkatkan profitabilitas melalui program Entredev ini maka sudah sangat sesuai. Suatu Perusahaan ataupun Lembaga pemerintahan yang memiliki peran menaungi dan membantu wirausaha. Tahapan dalam model manajemen strategi dari Fred David terdiri dari tiga tahapan yaitu perencanaan strategi, imlementasi strategi dan evaluasi strategi. Melalui program Entredev 2024 terlihat bagaimana manajemen strategi hadir. Program tersebut selain menciptakan kepuasan bagi peserta, juga terbukti mampu meningkatkan berbagai aspek dari wirausaha diantaranya omset dan pertumbuhan tenaga kerja. Hal ini sesuai dengan rencana awal yaitu ingin meningkatkan profitabilitas, meningkatkan jumlah rasio wirausaha Indonesia serta mengatasi pengangguran melalui wirausaha. Namun, masih terdapat kekurangan yaitu data menunjukkan bahwa wirusaha yang menjadi peserta masih rendah dalam hal *networking*/kerjasama, sehingga hal ini diharapkan menjadi masukan bagi pemangku kebijakan untuk menyusun strategi kembali yang lebih baik. Tentunya hal ini juga membutuhkan pemahaman dan kemampuan dalam pengelolaan manajemen strategi bagi wirausaha.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih khusus disampaikan kepada dosen pembimbing, yaitu Ibu Tita Miawati dan Ibu Nur Dina yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang berharga selama proses penelitian. Selain itu, penulis juga berterima kasih kepada Asisten Deputi Konsultasi Bisnis dan Pendampingan Kementerian Koperasi dan UKM yang telah memberikan data dan inspirasi. Semoga artikel ini bermanfaat bagi pembaca dan dapat memberikan kontribusi dalam bidang manajemen Strategi.

DAFTAR REFERENSI

Ahmadi, I. (2023). Analisis SWOT Sebagai Landasan Perumusan Strategi Pemasaran WIRAUSAHA Untuk Bersaing Di Era Digital. Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT), 5(1), 60-69.

Asisten Deputi Konsultasi Bisnis dan Pendampingan, Kemenkop UKM. (2024). Kerangka Acuan Kegiatan Entredev 2024.

Asisten Deputi Konsultasi Bisnis dan Pendampingan, Kemenkop UKM. (2024). Evaluasi Entrepreneur Development 2024.

David, F. R., & David, F. R. (2015). Strategic Management Concepts and Cases. Pearson

David, Fred R. dan David, Forest R. (2017). Strategic Management concepts and cases A Competitive Advantage Approach. Sixtennth Edition. England. Pearson Education Limited.

Hilfanisa, R. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (WIRAUSAHA) Berbasis Potensi Lokal Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 7(03), 2114-2122.

Istiqomah, I., & Mahendra, A. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (WIRAUSAHA) Berbasis Digital Marketing Pada Era Pandemi Covid-19. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 7(1), 1-14.

Muhsin, dkk. (2024). Pengembangan Model Manajemen Strategi Pada Universitas Jabal Ghafur. Jurnal Sosial Humaniora Sigli (JSH): Volume 7 (1), 266-277.

Narbuko, C., & Ahmadi, A. (2015). Metode Penelitian Deskriptif dalam Penelitian Sosial. Jurnal Ilmiah Pendidikan, 5(2), 123-130.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Wijandari, D. A., & Sumilah, S. (2021). Strategi Bersaing WIRAUSAHA di Era Pandemi Covid-19. Jurnal Ilmu Manajemen (JIMU), 9(2), 121-135.

Zaelani, I. M. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (WIRAUSAHA) di Desa Cikoneng Kecamatan Gajah Kabupaten Demak. Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu dan Praktek Administrasi, 16(1), 59-72.