

Pelatihan Pembuatan *Merchandise* Kata-kata *Afirmatif* Sebagai Motivasi Entrepreneurship bagi Siswa-Siswi di SMK Negeri 7 Semarang

Dzuha Hening Yanuarsari¹, Dwi Puji Prabowo², Dewi Pergiwati³

^{1,2,3} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro

E-mail: ¹dzuha.yanuarsari@dsn.dinus.ac.id, ²dwi.puji.prabowo@dsn.dinus.ac.id,
³dewiwati7@gmail.com

Abstrak

Penguatan jiwa kewirausahaan pada peserta didik Sekolah Menengah Kejuruan menjadi aspek strategis dalam menyiapkan lulusan yang adaptif dan produktif. Salah satu pendekatan yang dapat dilakukan adalah melalui integrasi kreativitas desain dengan penguatan motivasi internal. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pelaksanaan dan hasil kegiatan pelatihan pembuatan *merchandise* berbasis kata-kata *afirmatif* sebagai media peningkatan motivasi *entrepreneurship* bagi siswa-siswi SMK Negeri 7 Semarang. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kuantitatif dengan desain *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur perubahan tingkat pemahaman dan motivasi peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Kegiatan pelatihan meliputi pemberian materi mengenai konsep afirmasi positif, dasar desain komunikasi visual, serta praktik pembuatan produk *merchandise* seperti stiker dan cermin motivasi yang mengandung pesan motivasional. Hasil menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep kewirausahaan dan kemampuan mengaplikasikan ide kreatif ke dalam produk bernilai jual. Selain itu, terjadi peningkatan motivasi internal yang tercermin dari respons peserta terhadap pentingnya afirmasi dalam membangun mindset kewirausahaan. Dengan demikian, pelatihan ini dapat menjadi model pembelajaran kontekstual yang mengintegrasikan aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik dalam mendukung pengembangan kompetensi kewirausahaan di lingkungan pendidikan vokasi.

Kata kunci: afirmasi, kewirausahaan, *merchandise*, motivasi

Abstract

Strengthening the entrepreneurial spirit in vocational high school students is a strategic aspect in preparing adaptive and productive graduates. One approach is to integrate design creativity with strengthening internal motivation. This study aims to describe the implementation and results of a training activity on creating affirmative-worded merchandise as a medium to increase entrepreneurial motivation for students at SMK Negeri 7 Semarang. The method used was a quantitative descriptive approach with a pre-test and post-test design to measure changes in participants' understanding and motivation before and after the training. The training included providing material on the concept of positive affirmations, the basics of visual communication design, and practical training in creating merchandise products such as motivational stickers and mirrors containing motivational messages. The results showed an increase in participants' understanding of the concept of entrepreneurship and their ability to apply creative ideas to marketable products. Furthermore, there was an increase in internal motivation, reflected in participants' responses to the importance of affirmations in developing an entrepreneurial mindset. Therefore, this training can serve as a contextual learning model that integrates cognitive, affective, and psychomotor aspects to support the development of entrepreneurial competencies in vocational education environments.

Keywords: affirmations, entrepreneurship, merchandise, motivation

1. PENDAHULUAN

Pendidikan kejuruan memiliki peran strategis dalam menyiapkan peserta didik agar mampu memasuki dunia kerja maupun menciptakan lapangan pekerjaan secara mandiri melalui kegiatan kewirausahaan. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) tidak hanya dituntut menghasilkan lulusan yang memiliki keterampilan teknis, tetapi juga harus mampu membentuk karakter kreatif, inovatif, dan mandiri dalam menghadapi tantangan ekonomi global. Dalam konteks tersebut, pendidikan kewirausahaan menjadi salah satu aspek penting yang perlu dikembangkan secara berkelanjutan di lingkungan sekolah. Berdasarkan hasil penelitian, pendidikan kewirausahaan mampu membentuk pola pikir dan kesiapan siswa dalam menjalankan usaha secara mandiri[1]. Perkembangan dunia industri kreatif saat ini menunjukkan bahwa produk berbasis kreativitas memiliki peluang pasar yang cukup besar, termasuk *merchandise* dengan desain kata-kata *afirmatif*[2]. *Merchandise* seperti totebag, mug, kaos, stiker, gantungan kunci, dan poster afirmasi memiliki nilai jual karena mampu menggabungkan unsur estetika visual dengan pesan motivasi positif.

Kata-kata *afirmatif* sendiri merupakan ungkapan positif yang dapat membangun kepercayaan diri, semangat, dan motivasi seseorang dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, termasuk dalam bidang kewirausahaan[3]. Oleh sebab itu, pelatihan pembuatan *merchandise* berbasis afirmasi dapat menjadi sarana pembelajaran kreatif sekaligus media penguatan mental *entrepreneurship* bagi siswa SMK. Minat berwirausaha siswa SMK masih menjadi persoalan yang perlu diperhatikan. Banyak siswa yang lebih berorientasi menjadi pencari kerja dibandingkan pencipta lapangan pekerjaan. Penelitian menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha memiliki pengaruh signifikan terhadap minat siswa untuk menjalankan usaha mandiri[4]. Selain itu, faktor motivasi, kepribadian, pendidikan, dan peluang usaha menjadi faktor utama yang membentuk minat kewirausahaan siswa di SMK[5]. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya kegiatan pembelajaran yang mampu meningkatkan motivasi sekaligus kreativitas peserta didik melalui praktik langsung. Pembelajaran berbasis praktik dinilai lebih efektif dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan dibandingkan pembelajaran teoritis semata. Penelitian mengenai model pembelajaran *teaching factory* menunjukkan bahwa pengalaman praktik secara langsung mampu meningkatkan kesiapan dan kompetensi wirausaha siswa[1]. Sekolah adalah tempat yang strategis untuk membangun prinsip dan keterampilan kewirausahaan karena remaja adalah orang pertama yang mengubah karir mereka[6]. Oleh karena itu, pelatihan pembuatan *merchandise afirmatif* dapat menjadi implementasi pembelajaran praktik kewirausahaan yang relevan dengan kebutuhan siswa masa kini.

Selain meningkatkan keterampilan kewirausahaan, kegiatan kreatif berbasis proyek juga dapat meningkatkan motivasi belajar siswa. Penelitian tentang pembelajaran prakarya dan kewirausahaan menunjukkan bahwa metode pembelajaran aktif mampu meningkatkan motivasi dan prestasi belajar siswa SMK[7]. Dengan demikian, pelatihan pembuatan *merchandise* tidak hanya berorientasi pada hasil produk, tetapi juga dapat meningkatkan keterlibatan siswa dalam proses pembelajaran. SMK Negeri 7 Semarang sebagai salah satu sekolah kejuruan memiliki potensi besar dalam pengembangan kreativitas siswa, khususnya dalam bidang desain dan produksi *merchandise*. Namun demikian, masih diperlukan kegiatan pendampingan yang mampu mengarahkan siswa untuk memanfaatkan kreativitas tersebut menjadi peluang usaha bernilai ekonomis. Menurut Raymond, Orang yang bekerja sebagai wirausaha memiliki kemampuan untuk menggunakan ide dan inovasi mereka untuk meningkatkan kesejahteraan lingkungan dan masyarakat[8]. Banyak siswa yang telah memiliki kemampuan dasar penggunaan teknologi desain digital, tetapi belum memahami bagaimana mengembangkan produk kreatif menjadi media usaha yang produktif dan memiliki daya jual.

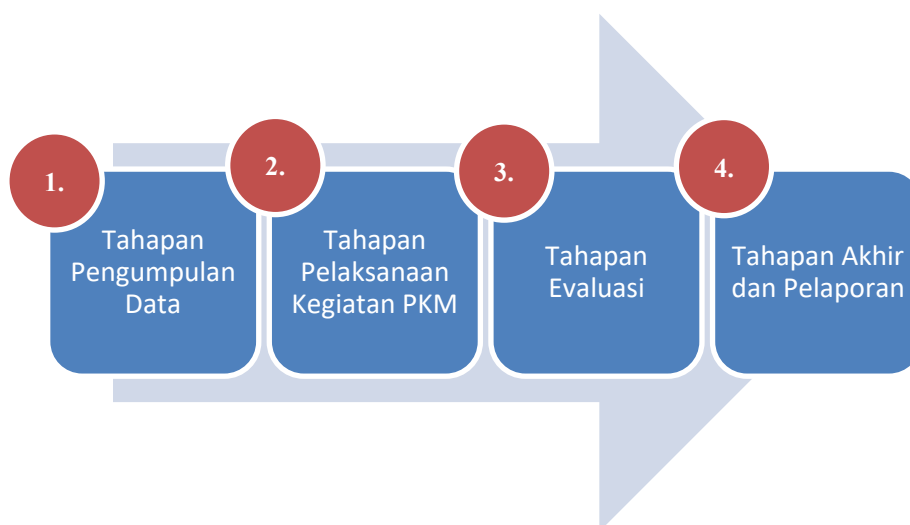
Pelatihan pembuatan *merchandise* kata-kata *afirmatif* menjadi alternatif solusi yang relevan karena mampu mengintegrasikan kemampuan desain visual, kreativitas, komunikasi visual, dan semangat kewirausahaan dalam satu kegiatan terpadu. Melalui kegiatan ini, siswa tidak hanya belajar membuat produk kreatif, tetapi juga memahami konsep branding, pemasaran, nilai estetika, serta strategi pengembangan usaha sederhana. Selain itu, penggunaan kata-kata *afirmatif*

dalam desain *merchandise* diharapkan mampu memberikan dampak psikologis positif berupa peningkatan rasa percaya diri, motivasi, dan keberanian siswa dalam memulai usaha. Kegiatan pelatihan ini juga sejalan dengan kebutuhan pembelajaran abad ke-21 yang menekankan keterampilan kreativitas, kolaborasi, komunikasi, dan berpikir kritis. Pembelajaran berbasis proyek kewirausahaan terbukti mampu meningkatkan jiwa *entrepreneurship* peserta didik melalui praktik nyata[9]. Dengan adanya pelatihan ini, siswa diharapkan dapat memiliki pengalaman langsung dalam merancang, memproduksi, hingga memasarkan *merchandise* sebagai bentuk simulasi usaha kreatif.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sikap kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap minat siswa dalam berwirausaha[10]. Selain itu, motivasi kewirausahaan juga berkontribusi terhadap peningkatan minat usaha peserta didik[4]. Oleh sebab itu, pengembangan kegiatan berbasis motivasi *afirmatif* dipandang mampu menjadi media pembelajaran yang menarik dan aplikatif bagi siswa SMK. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelatihan pembuatan *merchandise* kata-kata *afirmatif* memiliki relevansi yang kuat dalam meningkatkan motivasi *entrepreneurship* siswa-siswi di SMK Negeri 7 Semarang. Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan kreativitas, keterampilan desain, motivasi usaha, serta kesiapan siswa dalam menghadapi dunia kerja dan dunia usaha secara mandiri.

2. METODE PENELITIAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan pada 02 April 2026 dan dihadiri oleh 31 orang peserta. Tujuan dari kegiatan ini, yang terdiri dari empat tahapan utama, adalah untuk memberikan kontribusi yang signifikan dan bermanfaat dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh mitra serta untuk memberikan motivasi dan peningkatan pemahaman tentang kewirausahaan dan motivasi karakter pada siswa-siswi di Sekolah SMK Negeri 7 Semarang.



Gambar 1. Bagan Tahapan Kegiatan Pelaksanaan PKM di SMKN 7 Semarang
Sumber: Penulis

Kegiatan ini dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif dengan empat tahapan utama sebagaimana diterapkan dalam penelitian rujukan, yaitu:

1. Tahap Pengumpulan Data

Dilakukan melalui observasi dan wawancara untuk mengidentifikasi kondisi siswa, fasilitas, serta kebutuhan pembelajaran. Tahap ini bertujuan memahami tingkat awal pemahaman siswa terkait desain grafis dan kewirausahaan .

2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan
Pelaksanaan dilakukan melalui:
 - a. Pemberian materi konsep entrepreneurship dan studentpreneurship
 - b. Pengenalan desain grafis digital
 - c. Pengembangan konsep visual berbasis kata afirmatif
 - d. Praktik pembuatan desain merchandise (misalnya stiker, poster, atau produk cetak lainnya)Pendekatan ini menekankan integrasi antara proses kreatif dan produksi produk nyata.
3. Tahap Evaluasi
Evaluasi dilakukan menggunakan metode pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman siswa pada aspek:
 - a. Grafis digital
 - b. Software desain
 - c. Elemen desain produk
 - d. Warna dan tipografi
 - e. Transformasi ke media cetak
 - f. Strategi pemasaran visual
4. Tahap Akhir dan Pelaporan
Tahap ini mencakup penyusunan laporan kegiatan dan analisis hasil sebagai bentuk kontribusi akademik serta evaluasi program berkelanjutan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan pada kegiatan ini disusun berdasarkan metode dengan empat alur yang sudah dijelaskan diatas yakni mulai dari tahap Pengumpulan Data hingga Tahap Akhir dan Pelaporan. Berikut merupakan pembahasan dan penjabaran secara detail dari empat tahapan tersebut yakni:

1. Tahap Pengumpulan Data

Pada kegiatan pelatihan ini, pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan narasumber. Kegiatan observasi dilakukan dengan melihat kondisi kelas, fasilitas yang ada, dan suasana belajar mengajar di SMK Negeri 7 Semarang. Kondisi kelas yang kondusif dengan papan tulis, meja kursi, laptop, dan Lcd Proyektor memungkinkan kegiatan pelatihan dilakukan.

2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

Tahapan pelaksanaan kegiatan pelatihan ini dilakukan dengan memberikan pengenalan dan pengantar materi. Kegiatan pengenalan pemateri dilakukan oleh tim kegiatan PKM (Program Kemitraan Masyarakat) yang dilakukan oleh dosen-dosen pada program studi Desain Komunikasi Visual yang berkompetensi di bidang desain dan komputer. Kemudian pengantar materi dilakukan dengan pemberian materi seputar pengenalan kata afirmatif dan merchandising dan selanjutnya dilaksanakanlah kegiatan praktik pembuatan desain merchandising kata afirmatif yang dilakukan pada 02 April 2026 oleh peserta yakni siswa-siswi SMK Negeri 7 Semarang yakni sebanyak 31 peserta.

A. Dokumentasi Kegiatan

Berikut merupakan kegiatan dokumentasi kegiatan pelatihan yang dilakukan :



Gambar 2. Kegiatan Pengenalan dan Pengantar Materi pada Kegiatan Pelatihan
Sumber : Penulis



Gambar 3. Kegiatan Praktik Pembuatan Desain *Merchandising* kata afirmatif pada Kegiatan Pelatihan
Sumber : Penulis



Gambar 4. Produk Hasil Kegiatan Pelatihan
Sumber : Penulis

3. Tahapan Evaluasi

Dalam rangka mengevaluasi hasil kegiatan yang telah dilakukan, tahapan ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebelum dan setelah tes atau *pre-test* dan *post-test*. Tujuan dari kuesioner ini adalah untuk mengukur perubahan dalam motivasi dan pengetahuan siswa setelah mengikuti pelatihan.

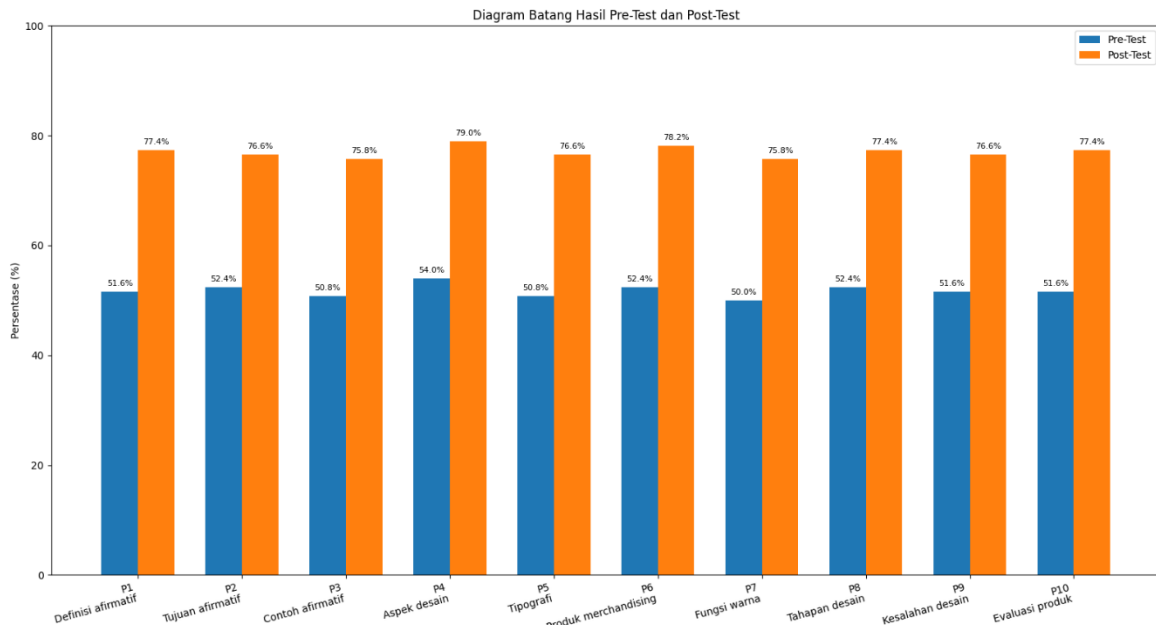
Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan siswa tentang desain grafis digital, penguatan karakter, dan aplikasinya dalam kewirausahaan. Analisis ini bertujuan untuk mengevaluasi perkembangan pengetahuan siswa dalam sejumlah aspek penting, seperti:

Ranah	Pokok Materi
Kognitif	Konsep afirmasi, desain visual, merchandising
Afektif	Motivasi, pesan positif, kepercayaan diri
Psikomotorik	Proses pembuatan desain dan penerapan pada produk

Pre-test dilakukan sebelum pelatihan untuk menilai tingkat pemahaman awal siswa. Post-test dilakukan setelah pelatihan untuk menilai peningkatan pengetahuan siswa. Setiap pertanyaan dimaksudkan untuk mengukur tingkat pemahaman siswa tentang topik-topik yang disebutkan sebelumnya.

A. Hasil Pre dan Post Test

Hasil dari pre dan post test menunjukkan perkembangan yang signifikan dalam pemahaman siswa. Berikut adalah ringkasan hasil yang diperoleh:



Gambar 5. Diagram Chart Hasil Pre & Post Test Kegiatan Pelatihan
Sumber: Penulis

1. Pemahaman Pengertian Kata-Kata Afirmatif

Hasil pre-test menunjukkan tingkat pemahaman siswa mengenai pengertian kata-kata afirmatif masih tergolong rendah dengan persentase sebesar 51,6%. Setelah pelatihan dilaksanakan, hasil post-test meningkat menjadi 77,4%. Peningkatan ini menunjukkan bahwa siswa mulai memahami konsep afirmasi positif sebagai pesan motivasional dalam desain merchandising.

2. Tujuan Penggunaan Kata Afirmatif

Pada tahap pre-test, siswa memperoleh persentase sebesar 52,4%, yang menunjukkan bahwa sebagian besar siswa belum memahami fungsi utama kata afirmatif dalam media visual. Setelah mengikuti pelatihan, persentase meningkat menjadi 76,6%. Hal ini menandakan adanya peningkatan pemahaman siswa terhadap manfaat kata afirmatif sebagai media penyampaian pesan positif dan motivasi.

3. Pemahaman Contoh Kata Afirmatif

Hasil pre-test pada pertanyaan ini memperoleh nilai sebesar 50,8%, yang menunjukkan siswa masih kesulitan membedakan kalimat afirmatif dan non-afirmatif. Setelah pelatihan, nilai meningkat menjadi 75,8%. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa siswa mampu mengidentifikasi contoh kata afirmatif yang tepat untuk diterapkan pada produk merchandising.

4. Aspek Penting dalam Desain Merchandising

Persentase pre-test pada aspek desain merchandising mencapai 54,0%, sedangkan hasil post-test meningkat menjadi 79,0%. Hasil ini menunjukkan peningkatan yang cukup tinggi dibanding pertanyaan lainnya. Siswa mulai memahami pentingnya unsur visual seperti warna, tipografi, dan tata letak dalam menciptakan desain merchandising yang menarik.

5. Pemilihan Tipografi

Pada pertanyaan mengenai tipografi, hasil pre-test menunjukkan persentase sebesar 50,8%. Setelah pelatihan, nilai meningkat menjadi 76,6%. Hal ini membuktikan bahwa siswa mulai memahami pentingnya pemilihan jenis huruf yang sesuai dengan karakter pesan afirmatif agar mudah dibaca dan memiliki nilai estetika.

6. Produk Merchandising

Hasil pre-test pada pertanyaan ini sebesar 52,4%, kemudian meningkat menjadi 78,2% pada post-test. Peningkatan ini menunjukkan bahwa siswa telah memahami berbagai bentuk produk merchandising seperti kaos, tote bag, poster, dan media lainnya yang dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan afirmatif.

7. Fungsi Warna dalam Desain

Pada tahap awal, hasil pre-test menunjukkan persentase sebesar 50,0%, yang merupakan salah satu nilai terendah. Setelah pelatihan, nilai meningkat menjadi 75,8%. Hal ini menunjukkan bahwa siswa mulai memahami fungsi warna dalam membangun suasana, emosi, dan daya tarik visual pada desain merchandising.

8. Tahapan Pembuatan Desain

Hasil pre-test pada pertanyaan ini memperoleh nilai sebesar 52,4%, sedangkan hasil post-test meningkat menjadi 77,4%. Peningkatan ini menunjukkan bahwa siswa memahami tahapan pembuatan desain mulai dari ideasi, perencanaan konsep, hingga proses produksi produk merchandising.

9. Kesalahan dalam Desain Afirmatif

Pada pertanyaan mengenai kesalahan desain afirmatif, hasil pre-test sebesar 51,6% dan meningkat menjadi 76,6% pada post-test. Hal ini menunjukkan bahwa siswa mulai mampu mengidentifikasi penggunaan kalimat negatif, desain ambigu, dan kesalahan visual yang dapat mengurangi efektivitas pesan afirmatif.

10. Evaluasi Keberhasilan Produk

Hasil pre-test menunjukkan persentase sebesar 51,6%, kemudian meningkat menjadi 77,4% pada post-test. Peningkatan ini membuktikan bahwa siswa memahami indikator keberhasilan produk merchandising, seperti respon pengguna, nilai estetika, dan daya tarik produk di masyarakat.

Perhitungan N-Gain :

$$\begin{aligned} \text{N-Gain} &= \frac{\text{Post} - \text{Pre}}{100 - \text{Pre}} \\ &= \frac{77.1 - 51.8}{100 - 51.8} = 0.52 \end{aligned}$$

Keterangan hasil:

- a. Nilai N-Gain = 0.52
- b. Termasuk kategori: Sedang ($0.3 \leq g \leq 0.7$)

Secara keseluruhan, seluruh pertanyaan mengalami peningkatan nilai dari pre-test ke post-test. Rata-rata persentase pre-test sebesar 51,8% meningkat menjadi 77,1% pada post-test. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan merchandising kata-kata afirmatif berhasil meningkatkan pemahaman dan kompetensi siswa dalam aspek konsep afirmasi, desain visual, serta implementasi merchandising secara efektif dan terukur.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Pelaksanaan pelatihan pembuatan desain kata afirmatif berbasis merchandising di SMK Negeri 7 Semarang berjalan dengan baik dan efektif, ditunjukkan melalui partisipasi aktif peserta serta peningkatan pemahaman yang signifikan berdasarkan hasil pre-test dan post-test. Kegiatan ini tidak hanya berhasil meningkatkan pengetahuan siswa dalam aspek teori dan praktik desain grafis digital, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap pengembangan kreativitas, motivasi diri, serta pemahaman awal tentang kewirausahaan. Implementasi penggunaan platform desain yang mudah diakses turut mendukung ketercapaian tujuan pelatihan, sehingga sebagian besar peserta mampu menghasilkan karya desain yang aplikatif dan berpotensi untuk dikembangkan menjadi produk bernilai guna.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam membekali siswa dengan keterampilan praktis sekaligus membangun karakter kreatif dan berjiwa wirausaha.

2. Saran

Untuk pengembangan kegiatan selanjutnya, disarankan agar pelatihan dilaksanakan secara berkelanjutan dengan penambahan materi yang lebih mendalam, terutama terkait pengembangan produk, branding, dan strategi pemasaran. Pendampingan berbasis proyek juga perlu ditingkatkan agar siswa dapat mengimplementasikan hasil desain menjadi produk nyata yang memiliki nilai ekonomi. Selain itu, diperlukan integrasi kegiatan dengan program sekolah, seperti kewirausahaan atau ekstrakurikuler, guna menjaga kontinuitas pembelajaran. Pihak sekolah dan tim pelaksana juga dapat menjalin kerja sama dengan pihak eksternal untuk membuka peluang pemasaran hasil karya siswa. Dengan demikian, kegiatan tidak hanya berhenti pada tahap pelatihan, tetapi mampu memberikan dampak jangka panjang dalam meningkatkan kesiapan siswa menghadapi dunia kerja dan berkontribusi secara produktif di masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Kegiatan Pelatihan PKM mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang telah membantu pelaksanaan kegiatan ini sehingga terlaksana dengan lancar. Kami berterima kasih kepada Bapak Firmansyah, S.Pd., M.Kom, selaku Ketua Konsentrasi Keahlian Teknik Elektronika Komunikasi di SMK Negeri 7 Semarang, yang dengan terbuka dan murah hati memberikan kesempatan waktu dan lokasi untuk kegiatan Pelatihan ini. Kami juga berterima kasih kepada seluruh peserta, khususnya siswa-siswi SMK Negeri 7 Semarang, yang telah berpartisipasi dengan semangat. Kami juga berterima kasih kepada LPPM Universitas Dian Nuswantoro Semarang atas dukungannya untuk melaksanakan Pengabdian Kepada Masyarakat ini. Kesuksesan kegiatan ini dapat terlaksana bergantung pada kerja sama dan kontribusi dari semua pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. N. Hasanah, J. Sojanah, and B. Santoso, "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Model Pembelajaran Teaching Factory terhadap Kesiapan Berwirausaha Siswa di SMK," *J. Pendidik. Ekon. Undiksha*, vol. 15, no. 1, pp. 21–27, 2023, doi: 10.23887/jjpe.v15i1.61567.
- [2] D. Widiartami, "Peluang Usaha dalam Industri Kreatif Sektor Desain *Merchandise* K-Pop di Yogyakarta," p. 18, 2021, [Online]. Available: <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/25450%0Ahttp://e-journal.uajy.ac.id/25450/1/1510056690.pdf>.
- [3] J. Nurleman *et al.*, "Afiriasi Positif sebagai Strategi Meningkatkan Harga Diri: Tinjauan terhadap Gaya Bahasa dan Self-Confidence," *J. Pendidik. Tambusai*, vol. 9, pp. 18405–18411, 2025.
- [4] M. A. Haqiqi and S. B. Cahya, "PENGARUH PERSEPSI WAWASAN WIRAUSAHA DAN MOTIVASI WIRAUSAHA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA S1 JURUSAN PENDIDIKAN Minat adalah keadaan yang terjadi ketika seseorang memperhatikan sifat atau implikasi dalam keadaan yang terkait dengan kebutuhan atau k," *JPTN J. Pendidik. Tata Niaga*, vol. 11, no. 2, pp. 84–91, 2023, [Online]. Available: <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n2.p84-91>.
- [5] J. Imiah Pendidikan dan Pembelajaran and M. Pasaribu, "Analisis Faktor Pembentuk Minat Kewirausahaan," *Jipp*, vol. 4, 2020.
- [6] Christin Lince Natalia Manalu *et al.*, "PENGEMBANGAN KETERAMPILAN KEWIRAUSAHAAN DI SEKOLAH MENENGAH (Mengidentifikasi cara-cara

- efektif untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan di kalangan siswa sekolah menengah),” *Futur. Acad. J. Multidiscip. Res. Sci. Adv.*, vol. 2, no. 4, pp. 585–600, 2024, doi: 10.61579/future.v2i4.265.
- [7] I. K. Ardana, “Penerapan Model Pembelajaran Discovery Learning Untuk Meningkatkan Motivasi Dan Prestasi Belajar Prakarya Dan Kewirausahaan Siswa,” *J. Imiah Pendidik. dan Pembelajaran*, vol. 3, no. 1, p. 1, 2019, doi: 10.23887/jipp.v3i1.17102.
- [8] Rudi Syahriadi Idris *et al.*, *Kreativitas dan Inovasi*. 2022.
- [9] S. Zulaikah, H. Widodo, C. A. Hapsoro, R. Azzahro, and M. F. R. Hasan, “Pembelajaran Berbasis Alam Di Area Wisata Sebagai Landasan Pembuatan Inkubator Bisnis Di Kelas Kewirausahaan Smk,” *J. Widya Laksana*, vol. 12, no. 1, pp. 31–38, 2023, doi: 10.23887/jwl.v12i1.52937.
- [10] G. A. M. D. Pratiwi and I. W. Suwendra, “Pengaruh Sikap Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Dalam Mengelola Teaching Factory di SMK Negeri 1 Singaraja,” *J. Pendidik. Ekon. Undiksha*, vol. 16, no. 1, pp. 162–168, 2024, doi: 10.23887/jjpe.v16i1.65817.