

PEMBERDAYAAN WIRAUUSAHA KELOMPOK SENI PAHAT KAYU MELALUI PELATIHAN MANAJEMEN DI KECAMATAN UBUD

Ni Made Wahyuni¹, Made Setini², Kadek Goldina Puteri Dewi³

^{1,2,3}Universitas Warmadewa Denpasar

e-mail: ¹mdwahyuni17@gmail.com, ²gitan4nd4@gmail.com, ³goldinaputeri@gmail.com

Abstract : *Works of art are intellectual property creativity expressed in the form of sculptures on wood which have a philosophy of life and aesthetic values in Indonesia. Sculptors have a role in preserving cultural arts heritage, however the number of enthusiasts, especially craftsmen, has decreased, as has consumer buying interest. Reasons such as fixed turnover and declining interest in art have caused the profession of sculpture workers to be overlooked, and they have even switched to other jobs. The aim of this service program is to provide solutions to business problems, by advancing entrepreneurship education in wood carving arts groups to provide an important pathway to income and socio-economic benefits. The output target is the use of appropriate technology in business. Method of implementing community service with a focus on (1) Entrepreneurship socialization education; (2) Empowering mentoring subjects in the form of management training (financial literacy, digital marketing in business applications, and production with appropriate technology, (3) Providing assistance with IT-based production tools and financial governance, and (4) Post-empowerment assistance. Results This is marked by the increasing entrepreneurial character of wood carving businesses, increasing financial accounting skills, production skills with technology, and the presence of marketing on Instagram social media.*

Keywords: *Entrepreneurship, management, digital marketing*

PENDAHULUAN

Perajin seni pahat di Bali adalah kelompok masyarakat yang masih berupaya mempertahankan tradisi pembuatan seni pahat Bali yang telah ada sejak ratusan tahun yang lalu berperan penting bagi sektor ekonomi dan pengentasan kemiskinan. Seni pahat Bali merupakan karya kekayaan intelektual yang dituangkan dalam bentuk pahatan di media kayu yang memiliki nilai sejarah, simbolik dan estetika tinggi di masyarakat di Indonesia. Karya seni kriya merupakan hasil dari kekayaan intelektual dalam bentuk pikiran, ide yang dituangkan menjadi karya seni yang indah, unik dan berdaya jual (Murni, 2021). Usaha ini penting dilestarikan sebagai pendukung ekonomi keluarga. Pembuatan karya seni pahat memerlukan keahlian dan ketekunan yang tinggi dan proses yang rumit, mulai dari memilih bahan baku kayu, memahat, mengamplas, dan menyikat (*service*). Pemahat seni memiliki peran dalam menjaga kemampuan, kelestarian sebagai bagian dari budaya, namun sayang jumlah peminat khususnya pemahat dan perajin mengalami penurunan, demikian juga dari konsumen mengalami penurunan minat beli. Berdasarkan hasil wawancara terkait pengabdian ini dengan mitra, mereka menyatakan bahwa penjualan seni pahat ini mengalami penurunan. Menurunnya penjualan menyebabkan peminat seni pahat semakin sedikit. Meskipun minat pembeli menurun, namun tetap saja perajin seni pahat di Bali masih mempertahankan tradisi tersebut dan terus memproduksi seni kriya dengan kualitas yang tinggi.

Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Bali telah mengakui seni sebagai pendukung keberlanjutan pariwisata khususnya di Kabupaten Gianyar (www.disparda.baliprov.go.id). Sebagai wilayah pariwisata dengan sentra seni budaya yang unik dan berkarakter, Gianyar melegenda sebagai sumber pekerja seni pahat. Wilayah ini tetap menjadi perhatian pemerintah dan akademisi untuk keberlanjutan pariwisata dan sektor ekonomi pendukung pariwisata.

Desa Mas, Kecamatan Ubud, Gianyar diakui memiliki seni tradisi budidaya kerajinan pahat kayu. Pemerintah Kabupaten Gianyar telah menetapkan desa ini sebagai sentra kerajinan tangan. Bidang pekerjaan yang berkaitan dengan seni kriya adalah seni memahat kayu menjadi beragam jenis kriya. Seni pahat kayu memang menjadi ciri khas dan keunikan tersendiri di Kecamatan Gianyar. Seni pahat berbahan utama kayu telah ada keberadaannya di kelompok masyarakat yang masih mempertahankan tradisi membuat kerajinan. Bapak I Wayan Suardana merupakan pemimpin kelompok seni pahat kayu “Desain Mas Mandiri” sekaligus wirausaha dengan anggota sebanyak 12 orang. Mereka juga mengadakan *workshop* dan pelatihan untuk membantu melestarikan budaya pembuatan seni kriya pahat kayu dan mereka memberikan kesempatan bagi masyarakat mengenal dan belajar tentang seni tradisional. Bapak Wayan setia mengelola, memproduksi dan memasarkan hasil seni pahat dari para anggota. Jenis-jenis kayu sebagai bahan baku utama adalah kayu *suar*, *pangar buaya*, dan *jempinis*. Produk seni ini memiliki nilai dan manfaat dengan berbagai macam bentuk, pola, dan jenis. Kemampuan menghasilkan produk kerajinan tidak diragukan lagi dengan berbagai jenis seperti patung Budha, patung abstrak, topeng (*mask* antik), hiasan tembok dinding, aksesoris bentuk binatang (*cat*, *eagle*, *dog*, dan ikan dolpin), serta aksesoris untuk kebutuhan rumah tangga.



Gambar 1. Pemahat menyelesaikan proses produksi pahatan dan ukir

Beberapa tantangan yang dihadapi mitra menurut hasil wawancara singkat di antara nya, tantangan dalam mempertahankan kelangsungan warisan tradisi ini, perubahan pola pikir pemahat, perubahan gaya hidup, dan kebiasaan konsumen yang cenderung mengalihkan minatnya pada barang-barang modern serta cara pemasaran yang masih konvensional yang tidak begitu menarik kalangan anak muda.



Gambar 2. Aktivitas kelompok seni pahat kayu di Desa Mas, Ubud

Adanya persaingan kompetitif, di sisi lain, produk-produk kriya kayu memiliki nilai estetika dan nilai fungsional, maka sudah seharusnya produksi dan pemasaran menjadi lebih inovatif. Untuk menarik perhatian generasi muda menekuni usaha ekonomi produktif ini dan memberikan gambaran peluang yang menjanjikan sudah tentu harus mengikuti konsep dan teori bisnis modern yang menerapkan kewirausahaan dan digitalisasi. Seperti penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa perilaku kewirausahaan industri berkontribusi dalam penyebaran budaya. Dari perspektif manajemen, orientasi kewirausahaan merupakan pendekatan strategis untuk proaktif, berani mengambil risiko dan inovatif dalam memenangkan persaingan bisnis (Hikmah et al., 2023). Kewirausahaan sebagai sikap, karakter, dan kemampuan wirausahawan memanfaatkan peluang dan menciptakan nilai berkontribusi memberi manfaat bagi organisasi, konsumen, pemasar, dan mitra di usaha kecil menengah (Sari et al., 2023).

Beberapa hasil wawancara langsung dirangkum sebagai berikut:

1. Mitra tidak memiliki keberanian mencatatkan aliran keuangan sehingga mitra tidak mengetahui berapa biaya yang dihabiskan untuk memproduksi seni pahat tersebut. Wirausaha tidak mengetahui cara menghitung penjualan dan keuntungan dari usaha seni pahat berdasarkan harga pasar yang tidak jarang mengakibatkan kerugian.
2. Keinginan meningkatkan permintaan penjualan rendah, di mana selama dua tahun terakhir masih tetap dan tidak mengalami peningkatan dengan pendapatan per bulan 10 juta rupiah.
3. Penurunan jumlah pembeli menjadi alasan beberapa anggota kelompok beralih menjadi karyawan villa.
4. Mitra kurang memiliki inisiatif berinovasi dalam pemasaran; kemampuan wirausaha dalam pemasaran digital tidak ada.

Kewirausahaan telah muncul sebagai strategi ekonomi yang menghasilkan pendapatan dan keberlanjutan. Terlepas dari besarnya peluang industri seni kriya,

masih sangat sedikit dipahami dan dipraktikkan kewirausahaan industri untuk mendukung pertumbuhan perusahaan. Konsep kewirausahaan menjadi sangat familiar di tengah ketatnya persaingan bisnis saat ini (Wahyuni & Sara, 2020). Manajemen usaha yang mencakup manajemen operasi dan manajemen pemasaran berbasis kewirausahaan membutuhkan keahlian tinggi dan proses rumit, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, sampai dengan pelaksanaan. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa tidak semua pelaku usaha mampu menerapkan manajemen usaha dengan baik dan benar. Perilaku kewirausahaan didukung modal manusia yang inovatif mendukung kinerja usaha (Setini et al., 2020). Keberlanjutan seni kriya bukan hanya tugas pelaku usaha, namun pemerintah dan akademisi serta komponen masyarakat penting mendukung kinerja usaha seni kriya. Tujuan kegiatan ini dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang sudah dirumuskan sesuai dengan bidang ilmu pengusul pengabdian (lihat Tabel 1).
 Tabel 1. Permasalahan mitra

No	Permasalahan	Kondisi mitra
1	Manajemen produksi dan hasil produk	a. Belum memiliki pengetahuan cara perilaku kewirausahaan b. Mitra belum ada sistem informasi manajemen produksi tentang biaya produksi sehingga dalam menghitung biaya produksi setiap produksi menjadi sulit dilakukan. c. Produk yang diproduksi belum bervariasi dan perlu ditingkatkan kualitas dan kuantitasnya.
	Peralatan	Belum memiliki beberapa alat dalam proses produksi sehingga menjadi efektif
2	Akuntansi keuangan	Mitra belum terampil mengelola keuangan dan mencatat transaksi keuangan dengan teknologi seperti QRIS dan Qasir.
3	Pemasaran	Belum mampu melakukan pemasaran secara luas untuk menjangkau wilayah pasar yang lebih luas melalui pemasaran digital. Mitra belum memiliki metode pemasaran secara digital yang menjual produk di aplikasi media sosial bisnis. Ini menyebabkan omzet mitra belum mengalami kenaikan, karena tidak mampu menjangkau jumlah konsumen dengan pangsa pasar yang luas. Mitra belum memanfaatkan teknologi untuk membantu akuntansi sekaligus pembayaran online.

Dengan adanya permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh mitra dalam hal ini kelompok seni pahat kayu Desain Mas Mandiri, akademisi Universitas Warmadewa

berkolaborasi bersama mitra untuk melakukan pemberdayaan wirausaha melalui penguatan manajemen aspek literasi keuangan, produksi berbasis teknologi tepat guna, dan pemasaran dengan digitalisasi.

Praktik kewirausahaan merupakan pendekatan bisnis yang menggabungkan prinsip-prinsip wirausaha dan kinerja bisnis. Karakter dan sikap keberanian mengambil risiko termasuk risiko mengaplikasikan teknologi dan usaha, otonomi, berorientasi pada peluang bisnis, dan proaktif belajar dan mengejar keterampilan mampu mengembangkan keberlanjutan usaha (Hultman & Hills, 2011). Demikian juga, strategi pemasaran mencakup dimensi produk, harga, distribusi, dan promosi mendorong prestasi pekerjaan (Hsu, 2011) dengan memanfaatkan kecanggihan aplikasi di media sosial (Chakraborty, 2019). Saat ini budaya manajemen berorientasi jiwa kewirausahaan menjadi tren di masyarakat yang telah berkembang di masyarakat sebagai stimulus dan unsur utama dalam memperbaiki kesejahteraan ekonomi, sosial, dan kinerja bisnis (Tjahjadi et al., 2022). Praktik kewirausahaan dengan dimensi dan pengukuran seperti inovatif, berani mengambil tindakan berisiko dan otonom, bersama-sama dengan aktivitas manajerial merupakan salah satu alternatif pemberdayaan masyarakat (Utomo, 2012; Nasution et al., 2011).

SOLUSI

Berdasarkan permasalahan di atas, maka solusi yang dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra:

1. Memberikan pengetahuan peran manajemen dalam ber-wirausaha.
2. Meningkatkan jiwa kewirausahaan
3. Meningkatkan keterampilan sumber daya manusia dalam pengelolaan produksi
4. Meningkatkan keterampilan dalam manajemen pemasaran digital
5. Meningkatkan keterampilan dalam manajemen usaha untuk menyusun pembukuan keuangan dengan tata kelola akuntansi yang lebih baik.
6. Memberikan teknologi tepat guna dalam proses memahat/mengukir kayu menjadi seni kriya yang unik secara efektif dan efisien.

Solusi yang diberikan pada kegiatan pengabdian ini merupakan hasil-hasil penelitian dari pengusul dan anggota pengusul yaitu praktik kewirausahaan (Mamun et al., 2018).

1. Sosialisasi pentingnya manajemen dan literasi keuangan serta teknologi digital sebagai alat mencapai tujuan bisnis.
2. Workshop dan pelatihan manajemen keuangan sesuai tata kelola akuntansi.
3. Pelatihan pemasaran secara online dengan teknologi informasi dan digitalisasi.
4. Pelatihan manajemen proses produksi dikombinasikan dengan teknologi tepat guna (TTG).

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan skema pemberdayaan kemitraan masyarakat bekerja sama dengan wirausaha yakni kelompok seni pahat kayu Desain Mas Mandiri di Desa Mas yang sekaligus menjadi subjek dampingan atau mitra dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan kemandirian. Adapun pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan *community development*.

Secara detail, tahap-tahap metode PKM ditawarkan dengan tujuan menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra, yakni: Pertama, tim PKM berkunjung ke kantor desa Mas untuk mendapatkan informasi terkait kependudukan dan membandingkan data Dinas dengan data fakta di lapangan. Selanjutnya, mengurus perijinan ke Pemerintah Desa yakni Perbekel atau Kepala Desa terkait maksud dan tujuan PKM. Kedua, berkoordinasi dengan mitra tentang waktu, lokasi, dan materi yang diberikan. Tim dengan mitra mencapai dan membuat kesepakatan formal dan tertulis terkait waktu, tanggal dan hal-hal teknis terkait penyelenggaraan pelatihan. Ketiga, kerjasama, koordinasi dan pembagian materi sesuai kepakaran bidang ilmu dengan narasumber, dan tata laksana dengan mahasiswa selaku anggota tim. Keempat, acara inti, sosialisasi berupa ceramah tentang program kerja PKM. Sosialisasi dan berbagi pengetahuan tentang peran karakter kewirausahaan dalam diri setiap orang dan setiap organisasi; sosialisasi peran manajemen (pengelolaan) dalam berusaha, peran akuntansi, peran teknologi dan informasi digital untuk memudahkan usaha di aspek produksi, akuntansi keuangan, dan pemasaran digital untuk meningkatkan pendapatan dan manfaat sosial ekonomi. Tim memberikan modul pelatihan kepada peserta sebagai alat bantu untuk memudahkan memahami materi yang dipaparkan narasumber. Kelima, pemberian pelatihan dan praktik langsung kepada kelompok seni pahat kayu untuk merealisasikan solusi atas permasalahan prioritas yang dihadapi oleh mitra, dilanjutkan dengan diskusi dan tanya jawab. Keterbatasan sumber daya manusia (human capital) dalam kewirausahaan menjadi masalah dominan dalam keberlanjutan usaha (Rifqi Almahdani Rahmat et al., 2023). Oleh karena itu kegiatan pelatihan ini relevan dengan kebutuhan pengelola seni pahat kayu di Desa Mas, Kecamatan Ubud. Pelatihan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pengelola seni pahat. Pelatihan mencakup (1) agenda praktik mencatat akuntansi, membuat laporan keuangan, membuat laporan pendapatan dan biaya, menghitung profit, dan praktik menggunakan QRIS untuk transaksi pembayaran serta mesin Qasir untuk menyimpan data penjualan; (2) praktik menggunakan alat teknologi untuk efektivitas proses produksi dengan alat atau mesin; (3) pendampingan praktik pemasaran digital di handphone (HP) dengan menggunakan aplikasi bisnis yakni Instagram. Tahap akhir, evaluasi.

HASIL KARYA UTAMA DAN PEMBAHASAN

Saat ini, aktivitas yang dilakukan kelompok Mas Desain Mandiri selaku mitra adalah membuat dan memproses input kayu seperti albesia, jempinis menjadi produk seni dengan menggunakan alat-alat produksi manual; menjual produk secara konvensional kepada pelanggan lama dan menitipkan barang di toko-toko *artshop* di sekitar wilayah Ubud. Namun beberapa persoalan masih dihadapi kelompok seni pahat kayu yang mengakibatkan kurang efektifnya pengelolaan usaha, produksi, serta kurang maksimalnya fungsi pemasaran yang dilakukan.

Oleh karena itu, secara umum tujuan PKM ini untuk mengatasi permasalahan yang telah dirumuskan sesuai dengan bidang ilmu pengabdian, dan secara khusus tujuan kegiatan ini adalah: a) membantu mitra melalui pelatihan, penerapan teknologi, dan pendampingan pemasaran secara digital di platform media sosial dan perdagangan elektronik; b) membantu wirausaha melalui pelatihan, penerapan teknologi, dan

pendampingan praktik akuntansi dasar dan berbasis teknologi; c) membantu wirausaha kelompok seni pahat kayu, melalui pelatihan manajemen produksi dengan menerapkan teknologi untuk mendukung proses produksi manual. Persoalan yang dihadapi mitra selanjutnya diatasi melalui PKM meliputi 3 bidang ilmu yaitu: Manajemen, Ilmu Komputer, dan Akuntansi. Berdasarkan uraian di atas, maka untuk mitra telah dilaksanakan serangkaian kegiatan.



Gambar 3. Kegiatan menyerahkan bantuan alat teknologi tepat guna



Gambar 4. Pelatihan pemasaran digital dengan menggunakan aplikasi media sosial

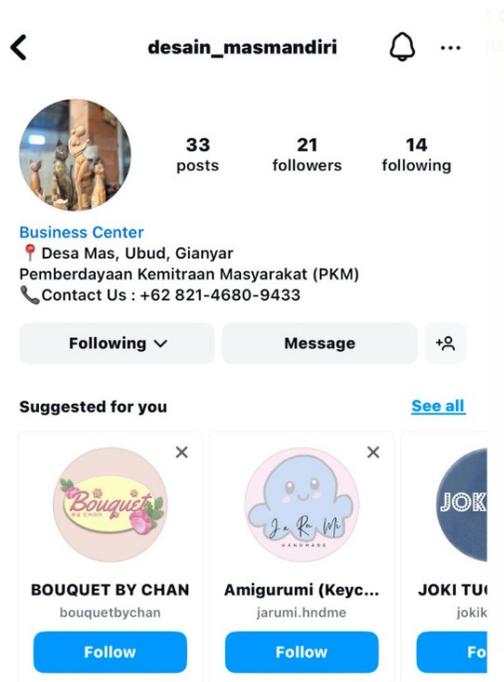
Sebagian besar masyarakat Ubud bergantung pada usaha kecil menengah kerajinan tangan tradisional seperti seni pahat. Dan, wirausaha seni pahat kayu menawarkan kegiatan ekonomi di dalam rumah. Jadi wirausaha dapat memanfaatkan kegiatan kewirausahaan sebagai bentuk pendapatan dan melestarikan warisan budaya dan kearifan lokal (Al-Dajani & Marlow, 2013).

Peningkatan ekonomi kelompok seni pahat kayu Desa Mas, Ubud

Sejauh ini, mitra telah meningkatkan hasil produksinya selama satu bulan. Produksi seni pahat makin beragam berdasarkan pesanan dan juga hasil pemasaran di media social. Dalam kurun waktu 1 bulan omzet penjualan mengalami peningkatan sebesar 30 % dari sebelumnya Rp 12 juta per bulan. Pemasaran seni kreatif ini telah dipasarkan secara digital di aplikasi Instagram dengan nama akun IG, desain_masmandiri (lihat Gambar 5).

Metode baru yang ditawarkan yakni pemanfaatan teknologi tepat guna dalam proses produksi dengan alat-alat produksi, pemanfaatan teknologi seperti mesin QRIS dan mesin Qasir untuk memudahkan pembayaran dan pencatatan akuntansi keuangan, serta teknologi digital untuk memudahkan komunikasi informasi pemasaran, mampu untuk penguatan sektor riil di masyarakat, khususnya seni pahat kayu di Desa Mas, Kecamatan Ubud, Gianyar.

Peningkatan hasil pendapatan cukup dapat memenuhi kebutuhan pokok keluarga mitra, kelompok seni pahat kayu dan menambah modal serta aset usaha. Pendapatan wirausaha diharapkan akan terus meningkat seiring dengan jumlah produksi yang terus meningkat begitu pula pemasaran yang mencakup wilayah yang lebih luas dan internasional.



Gambar 5. Pemasaran seni pahat kayu di Instagram

Program PKM ini memiliki beberapa keunggulan khususnya di ekonomi digital dengan (1) mengenalkan dan menggunakan QRIS (Quick Response Code Indonesian

Standard) di industri kreatif seni pahat kayu yang membantu memudahkan pembayaran; (2) menggunakan mesin Qasir menolong pencatatan akuntansi keuangan secara transparan bagi wirausaha dan kelompok seni pahat kayu; (3) mengenalkan dan memanfaatkan teknologi di media sosial untuk meningkatkan pemasaran produk hasil kerajinan seni pahat kayu.

Kelemahan selama pelaksanaan PKM, masih rendahnya sikap kewirausahaan seperti inovatif, berani mengambil risiko untuk mendapatkan peluang. Namun, dengan pendekatan *community development* berbasis masyarakat yang berdaya, mitra bisa membangun jiwa, sikap dan karakter kewirausahaan dengan sangat baik.

KESIMPULAN

Beberapa kesimpulan dirumuskan dari kegiatan yang telah dilakukan yakni:

- a. Kegiatan ini meningkatkan sikap karakter kewirausahaan kelompok seni pahat kayu melalui pelatihan literasi manajemen keuangan, tata kelola akuntansi, dan praktik pemasaran secara digital dengan aplikasi di media social.
- b. Kegiatan ini menambah wawasan pengetahuan baru bagi kelompok seni pahat dalam memanfaatkan teknologi tepat guna untuk pengembangan usaha seni pahat kayu di Desa Mas, Ubud.
- c. Kegiatan ini meningkatkan omzet kelompok seni pahat dan perekonomian di Desa Mas, khususnya keluarga mitra.

Kegiatan ini telah dijalankan dengan baik dan benar sehingga mendorong munculnya kelompok-kelompok seni pahat lain dengan spesifikasi souvenir tertentu seperti souvenir khusus patung Budha, souvenir khusus boneka kayu, dan lain-lain. Harapannya, ekonomi digital khususnya menguatkan strategi pemasaran berbasis teknologi informasi (TI) sehingga mampu menjangkau wilayah yang lebih luas di pasar domestik dan global secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih tim Program Kemitraan Masyarakat (PKM) sampaikan kepada Rektor Universitas Warmadewa Denpasar yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada Direktur Direktorat Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Warmadewa Denpasar, Dr. Partiwati Sri Astuti, S.Ak., M.Ak. bersama staf yang selalu sigap membantu, membagikan informasi dan memberikan dukungan kepada kami selama kegiatan PKM berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Dajani, H., & Marlow, S. (2013). Empowerment and entrepreneurship: A theoretical framework. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 19(5), 503–524. <https://doi.org/10.1108/IJEER-10-2011-0138>
- Chakraborty, U. (2019). The impact of source credible online reviews on purchase intention: The mediating roles of brand equity dimensions. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 13(2), 142–161. <https://doi.org/10.1108/JRIM-06-2018-0080>
- Hikmah, H., Ratnawati, A. T., & Darmanto, S. (2023). The Effect of Entrepreneurial Orientation and Dynamic Capability on Business Performance in Creative

- Industry: Mediating Role of Innovativeness Product Advantage. *Global Business and Finance Review*, 28(2), 17–33. <https://doi.org/10.17549/gbfr.2023.28.2.17>
- Hsu, Y. (2011). Design innovation and marketing strategy in successful product competition. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 26(4), 223–236. <https://doi.org/10.1108/08858621111126974>
- Hultman, C. M., & Hills, G. E. (2011). Influence from entrepreneurship in marketing theory. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 13(2), 120–125. <https://doi.org/10.1108/14715201111176408>
- Mamun, A. Al, Mohiuddin, M., Fazal, S. A., & Ahmad, G. Bin. (2018). Effect of entrepreneurial and market orientation on consumer engagement and performance of manufacturing SMEs. *Management Research Review*, 41(1), 133–147. <https://doi.org/10.1108/MRR-04-2017-0102>
- Murni, S. R. (2021). Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2, 32–44.
- Nasution, H. N., Mavondo, F. T., Matanda, M. J., & Ndubisi, N. O. (2011). Entrepreneurship: Its relationship with market orientation and learning orientation and as antecedents to innovation and customer value. *Industrial Marketing Management*, 40(3), 336–345. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2010.08.002>
- Rifqi Almahdani Rahmat, A., Rofiaty, & Djumahir. (2023). The effect of entrepreneurial orientation and knowledge management on organizational performance through innovation. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478)*, 12(4), 78–87. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i4.2606>
- Sari, D., Kusuma, B. A., Sihotang, J., & Febrianti, T. (2023). The role of entrepreneurial marketing & innovation capability in the performance of SMEs during covid-19 pandemic: Evidence of MSMEs in West Java. *Cogent Business and Management*, 10(1), 1–12. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2194091>
- Setini, M., Yasa, N. N. K., Supartha, I. W. G., Giantari, I. G. A. K., & Rajiani, I. (2020). The passway of women entrepreneurship: Starting from social capital with open innovation, through to knowledge sharing and innovative performance. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(2), 25. <https://doi.org/10.3390/joitmc6020025>
- Tjahjadi, B., Soewarno, N., Nadyaningrum, V., & Aminy, A. (2022). Human capital readiness and global market orientation in Indonesian Micro-, Small- and-Medium-sized Enterprises business performance. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 71(1), 79–99. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-04-2020-0181>
- Utomo, H. S. (2012). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pendekatan Sociopreneurship. *Business Conference (BC)*, 1–13.
- Wahyuni, N. M., & Sara, I. M. (2020). The effect of entrepreneurial orientation variables on business performance in the SME industry context. *Journal of Workplace Learning*, 32(1), 35–62. <https://doi.org/10.1108/JWL-03-2019-0033>