

Sinergi Inkubator Bisnis dan Budaya dalam Pengembangan Wirausaha Mahasiswa melalui Pameran Ekonomi Kreatif di Festival Rimpu Mantika

Sri Ernawati¹, Ita Purnama², Intisari Haryanti³, Feny Aryani⁴, Ovriyadin⁵

¹²³⁴⁵ prigram Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, NTB

*e-mail: sriernawati.stiebima@gmail.com

Abstrack

The development of student entrepreneurship is a key strategy to address unemployment challenges and promote the growth of the creative economy in Indonesia. This study explores the synergy between business incubators and local cultural preservation through student participation in creative economy exhibitions at the Rimpu Mantika Festival in Bima, West Nusa Tenggara. The implementation method includes stages of planning, developing culture-based products, entrepreneurship training, and direct involvement in exhibitions. The results indicate that student participation not only enhances entrepreneurial skills and expands business networks but also fosters product innovation by incorporating local cultural values as a competitive advantage. The main challenges identified include limited post-event mentoring, lack of strategic integration with the tourism sector, and restricted access to technology. Nevertheless, the program has delivered positive impacts, such as increased sales turnover and the establishment of a culture-based entrepreneurial ecosystem. In conclusion, the synergy between business incubators and cultural festivals serves as an effective model for creating innovative and adaptive young entrepreneurs who contribute to cultural preservation and sustainable regional economic development.

Keywords: Student Entrepreneurship, Business Incubator, Creative Economy, Local Culture, Rimpu Mantika Festival.

Abstrak

Pengembangan kewirausahaan mahasiswa menjadi salah satu strategi penting dalam menghadapi tantangan pengangguran dan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia. Penelitian ini mengkaji sinergi antara inkubator bisnis dan pelestarian budaya lokal melalui partisipasi mahasiswa dalam pameran ekonomi kreatif di Festival Rimpu Mantika, Bima, Nusa Tenggara Barat. Metode pelaksanaan meliputi tahapan perencanaan, pengembangan produk berbasis budaya, pelatihan kewirausahaan, hingga keterlibatan langsung dalam pameran. Hasil menunjukkan bahwa keterlibatan mahasiswa tidak hanya meningkatkan keterampilan berwirausaha dan memperluas jejaring bisnis, tetapi juga mendorong inovasi produk yang mengangkat nilai-nilai budaya lokal sebagai keunggulan kompetitif. Tantangan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan pendampingan pasca-event, minimnya integrasi program dengan sektor pariwisata, serta akses teknologi yang terbatas. Meskipun demikian, program ini berhasil memberikan dampak positif berupa peningkatan omzet penjualan dan terbentuknya ekosistem wirausaha berbasis budaya. Kesimpulannya, sinergi antara inkubator bisnis dan festival budaya merupakan model efektif dalam menciptakan wirausaha muda yang inovatif, adaptif, serta berkontribusi pada pelestarian budaya dan pembangunan ekonomi daerah secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Kewirausahaan Mahasiswa, Inkubator Bisnis, Ekonomi Kreatif, Budaya Lokal, Festival Rimpu Mantika.

1. PENDAHULUAN

Kewirausahaan mahasiswa merupakan salah satu pilar penting dalam upaya mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan daya saing generasi muda di Indonesia. Melalui pengembangan jiwa wirausaha sejak dini, mahasiswa diharapkan mampu menciptakan lapangan kerja baru dan menjadi motor penggerak ekonomi kreatif di lingkungan kampus maupun masyarakat luas (Hakim, 2023). Inkubator bisnis di perguruan tinggi hadir sebagai fasilitas strategis yang berperan dalam membina, mendampingi, dan memperkuat kapasitas mahasiswa dalam berwirausaha. Program ini tidak hanya memberikan pelatihan keterampilan dan manajemen bisnis, tetapi juga membangun jejaring dengan berbagai stakeholder seperti

perbankan, investor, dan lembaga pemerintah terkait, guna memperluas peluang usaha dan akses pasar bagi mahasiswa (Siregar et al., 2019).

Namun demikian, tantangan dalam pengembangan wirausaha mahasiswa tidak hanya terletak pada aspek bisnis semata, melainkan juga pada kemampuan mengintegrasikan nilai-nilai budaya lokal sebagai keunggulan kompetitif. Di era globalisasi, penguatan identitas budaya menjadi sangat penting agar produk dan jasa yang dihasilkan memiliki ciri khas dan daya tarik tersendiri di pasar nasional maupun internasional, Festival Rimpu Mantika di Bima, Nusa Tenggara Barat, merupakan salah satu contoh nyata sinergi antara pemberdayaan ekonomi kreatif dan pelestarian budaya lokal. Festival ini tidak hanya menjadi ajang hiburan, tetapi juga wadah strategis untuk memperkuat identitas budaya, meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, serta mempererat kebersamaan komunitas lokal (Nurfah, 2024).

Pameran ekonomi kreatif dalam festival tersebut memberikan ruang bagi mahasiswa untuk memamerkan produk-produk inovatif berbasis budaya, sekaligus belajar memasarkan produk secara langsung kepada masyarakat luas. Kegiatan ini menjadi laboratorium nyata bagi mahasiswa untuk mengasah keterampilan kewirausahaan, membangun jejaring, dan memahami dinamika pasar secara langsung (Supriyatna et al., 2023). Inkubator bisnis berperan penting dalam memfasilitasi mahasiswa untuk terlibat aktif dalam pameran ekonomi kreatif, mulai dari pelatihan, pendampingan, hingga promosi produk. Dengan adanya sinergi antara inkubator bisnis dan festival budaya, mahasiswa tidak hanya memperoleh pengalaman praktis, tetapi juga mampu mengembangkan bisnis yang berkelanjutan dan berakar pada kearifan lokal (Utoyo et al., 2022). Selain itu, kolaborasi antara inkubator bisnis dan festival budaya mampu mendorong inovasi produk yang relevan dengan kebutuhan pasar sekaligus memperkuat citra positif budaya lokal di mata masyarakat. Hal ini sejalan dengan strategi marketing public relations yang menekankan pentingnya promosi, pelatihan, dan pemberdayaan masyarakat dalam mendukung pertumbuhan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif (Supriyatna et al., 2023).

Dengan demikian, sinergi antara inkubator bisnis dan budaya melalui pameran ekonomi kreatif di Festival Rimpu Mantika menjadi model pengembangan wirausaha mahasiswa yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga pada pelestarian budaya dan pemberdayaan masyarakat lokal. Upaya ini diharapkan mampu menciptakan generasi wirausaha muda yang inovatif, adaptif, dan berkontribusi nyata bagi pembangunan daerah dan bangsa (Siregar et al., 2019). Sinergi antara inkubator bisnis dan pelestarian budaya lokal merupakan strategi yang efektif dalam pengembangan wirausaha mahasiswa. Inkubator bisnis di lingkungan perguruan tinggi berperan sebagai wadah pembinaan yang menyediakan pelatihan, mentoring, serta akses jaringan usaha bagi mahasiswa yang ingin berwirausaha (Budiman, 2021). Dengan adanya dukungan tersebut, mahasiswa tidak hanya memperoleh pengetahuan bisnis secara teori, tetapi juga pengalaman praktis dalam mengelola usaha. Namun, agar wirausaha mahasiswa memiliki keunggulan kompetitif, integrasi nilai-nilai budaya lokal menjadi aspek penting yang harus dioptimalkan.

Festival Rimpu Mantika sebagai ajang budaya di Bima, Nusa Tenggara Barat, menjadi platform strategis untuk mengimplementasikan sinergi tersebut. Festival ini tidak hanya menampilkan kekayaan budaya lokal, tetapi juga menyediakan ruang pameran ekonomi kreatif bagi mahasiswa untuk menampilkan produk inovatif berbasis, (Suradi, 2018). Melalui pameran ini, mahasiswa dapat mempraktikkan ilmu bisnis yang diperoleh dari inkubator, sekaligus belajar berinteraksi langsung dengan konsumen dan pelaku usaha lainnya. Keikutsertaan mahasiswa dalam pameran ekonomi kreatif di festival budaya memberikan banyak manfaat, antara lain meningkatkan kepercayaan diri, memperluas jejaring bisnis, serta memperoleh umpan balik langsung dari pasar (Nurasri et al., 2022). Selain itu, mahasiswa juga belajar bagaimana mengemas produk agar memiliki nilai tambah dan daya tarik, baik dari segi desain, cerita produk, maupun strategi pemasaran yang memanfaatkan narasi budaya lokal sebagai identitas produk. Inkubator juga berperan dalam menghubungkan mahasiswa dengan pelaku usaha, pemerintah daerah, dan komunitas budaya, sehingga tercipta ekosistem wirausaha yang saling mendukung dan berkelanjutan (Maharani & Laily Nisa, 2024)

Pameran ekonomi kreatif dalam festival tersebut memberikan pengalaman langsung bagi mahasiswa untuk:

- Mengasah keterampilan bisnis secara praktis.

- Membangun jejaring dengan pelaku usaha, pemerintah, dan komunitas budaya.
- Memahami dinamika pasar dan preferensi konsumen.
- Meningkatkan kapasitas inovasi dengan mengangkat narasi budaya sebagai identitas produk.

Meskipun demikian, terdapat beberapa permasalahan krusial yang perlu mendapat perhatian:

1. Kurangnya pemahaman mahasiswa dalam mengemas budaya lokal menjadi produk komersial yang bernilai jual tinggi.
2. Terbatasnya pendampingan lanjutan dari inkubator bisnis pasca-event, sehingga banyak ide bisnis yang tidak berlanjut menjadi usaha berkelanjutan.
3. Minimnya integrasi strategis antara program inkubator dengan agenda pariwisata dan ekonomi kreatif daerah, sehingga potensi sinergi belum optimal.
4. Keterbatasan akses teknologi dan digital marketing, yang membuat mahasiswa kesulitan memperluas pasar di luar event lokal.

Pada Festival Rimpu Mantika 2025 yang berlangsung di Kota Bima pada 24–26 April 2025, tercatat lebih dari 140 pelaku ekonomi kreatif (ekraf) dan UMKM turut serta dalam bazar yang digelar di Lapangan Serasuba. Dari jumlah tersebut, sekitar 70 pelaku usaha berada di dalam area utama festival, sementara lebih dari 70 lainnya menempati area luar. Para peserta memamerkan produk dari 14 subsektor ekonomi kreatif, termasuk kerajinan tangan, kuliner, tenun, fashion, desain, hingga fotografi, yang semuanya menonjolkan identitas lokal khas Bima atau suku Mbojo. Pemerintah Kota Bima, melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, menyediakan fasilitas stan dan listrik secara gratis bagi para pelaku UMKM dan ekraf. Langkah ini bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan memberikan ruang bagi pelaku usaha untuk memperluas pasar mereka. Antusiasme pengunjung terhadap produk-produk lokal sangat tinggi, dengan beberapa pelaku usaha melaporkan peningkatan omzet yang signifikan selama festival berlangsung.



Foto 1. Kegiatan Persiapan Bazar ekonomi kreatif Mahasiswa STIE Bima saat festival Rimpu Mantika

Dengan demikian, sinergi antara inkubator bisnis dan budaya melalui pameran ekonomi kreatif di Festival Rimpu Mantika terbukti mampu memperkuat pengembangan wirausaha mahasiswa. Model ini tidak hanya menghasilkan wirausaha muda yang kompeten secara bisnis, tetapi juga berkontribusi dalam pelestarian budaya dan pemberdayaan masyarakat lokal. Keberhasilan program ini dapat menjadi inspirasi bagi daerah lain dalam mengembangkan potensi ekonomi kreatif berbasis budaya sebagai salah satu kunci pembangunan berkelanjutan di Indonesia.

2. METODE

Metode pelaksanaan ini dirancang untuk memastikan bahwa mahasiswa tidak hanya mendapatkan pengalaman praktis dalam berwirausaha, tetapi juga mampu mengintegrasikan nilai-nilai budaya lokal dalam produk mereka, sehingga menciptakan wirausaha yang inovatif dan berakar pada kearifan lokal.

Tahapan Pelaksanaan PKM

1. Persiapan dan Perencanaan

- Identifikasi Potensi Mahasiswa: Melakukan seleksi terhadap mahasiswa yang memiliki minat dan potensi dalam bidang wirausaha serta memahami nilai-nilai budaya lokal.
- Koordinasi dengan Inkubator Bisnis: Menjalinkan kerja sama dengan unit inkubator bisnis di perguruan tinggi untuk mendapatkan bimbingan dan fasilitas pendukung.
- Perencanaan Produk: Merancang produk atau jasa yang mengintegrasikan nilai budaya lokal, khususnya yang berkaitan dengan Festival Rimpu Mantika.

2. Pengembangan Produk dan Pelatihan

- Workshop Kewirausahaan: Menyelenggarakan pelatihan tentang manajemen bisnis, pemasaran, dan inovasi produk.
- Pengembangan Produk: Mahasiswa mengembangkan prototipe produk yang akan dipamerkan, dengan bimbingan dari dosen dan mentor bisnis.
- Uji Coba Pasar: Melakukan uji coba produk di lingkungan kampus atau komunitas lokal untuk mendapatkan masukan dan perbaikan.

3. Pelaksanaan Pameran di Festival Rimpu Mantika

- Koordinasi dengan Panitia Festival: Mengatur logistik dan teknis partisipasi dalam festival, termasuk penyediaan stan dan materi promosi.
- Pameran Produk: Mahasiswa memamerkan dan menjual produk mereka kepada pengunjung festival, sekaligus mengedukasi tentang nilai budaya yang terkandung dalam produk.
- Pengumpulan Data: Mencatat feedback pengunjung, volume penjualan, dan potensi pasar untuk evaluasi lebih lanjut.

4. Evaluasi dan Tindak Lanjut

- Evaluasi Kegiatan: Melakukan kegiatan evaluasi yang menyeluruh terhadap keberhasilan program seperti mahasiswa mampu menghasilkan desain booth dan display yang lebih otentik serta menarik perhatian public, pendapatn usahan meningkat, mendapatkan pengalaman berjualan secara offline dan bersaing secara langsung dengan UMKM yang berada dilokasi Festival Rimpu Mantika 2025.
- Penyusunan Laporan: Menyusun laporan kegiatan sesuai dengan panduan PKM, termasuk dokumentasi dan luaran yang dihasilkan agar nantinya bisa dijadikan sebagai acuan untuk mengadakan event yang serupa.
- Rencana Keberlanjutan: Merancang strategi untuk keberlanjutan usaha mahasiswa pasca program, seperti pengembangan bisnis secara mandiri atau kerja sama lanjutan dengan inkubator bisnis dan Mengusulkan kegiatan ini sebagai program tahunan dalam kalender inkubator kampus.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Partisipasi mahasiswa dalam Festival Rimpu Mantika 2025 menunjukkan hasil yang positif. Produk-produk yang ditampilkan mendapatkan respon yang baik dari pengunjung, dengan beberapa mahasiswa berhasil mencapai omzet penjualan yang signifikan. Sebagai contoh, salah satu pelaku UMKM, Dewi Satria, melaporkan peningkatan omzet hingga Rp 10 juta selama dua hari festival. Hal ini menunjukkan bahwa dengan bimbingan yang tepat, mahasiswa dapat mengembangkan produk yang kompetitif dan diminati pasar

Data keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan Festival Rimpu Mantika 2025

No.	Nama Produk	Jumlah Produk	Kelas	Semester
1.	Kerupuk Kulit (M. Fikri Ramadhan NIM.23010112M)	6 pack	K.01	IV
2.	Pentol Cabe (Anisah_ 24010169M)	10 mika	K.03	II
3.	Srikaya, Soft Cookies, Puding, Dan Brownies (Anissa Aulia Jahra 24010024M)	8 mika	K.05	II

4.	Es Teh (Sri Wardah, 21010259M)	1 paket kisaran 3-5 ltr	K.05	VIII
5.	Kue Kering Nastar Dan Kastangel (Anisa_Nim: 22010204M)	10 PCS	K.07	VI
6.	Dimsum (Cindy Rahma Aulia, 24010110)	6 mika	K01	II
7.	Hot Lemon Tea (M. Rio Ferdinal, 23010134M)	15 cup	K02	IV
8.	Es Kuwut Dan Kue Putu Ayu (Melly Putri Dan Eka Agusriyani)	10 mika	K05 B	IV
9.	Es The (Syafirah, 22010123M)	15 Paket	K03	VI
10.	Jajanan Bima (Pentol Cabe, Tahu Isi, Pisang Krispi)	15 Paket	K03	II
11.	Tahu Crispy Pedas (Magfirah, 23010124M)	10 mika	K04	IV
12.	Devis Hijab (Devis Purnamasari, 220101014M)	15 buah	K02	VIII
13.	Peyuk (Peyek Uenak) (Ainun Zaaria, 2201010145M)	10 pack	K02	VI
14.	Mochi (Nabila F, 2401010156M)	sebox	ko4	II
15.	Tahu Jeletot (Sri Astuti, 22010179M)	10 Cup (Isi 3 tahu)	K04	VI
16.	Es Cincau Cappucino (Rifaid, 230101076M)	10 Botol	K.04	VI
17.	Sticky Milk (Novita Sucinang_22010332)	10 Cup Kecil, 10 Cup Besar	K.05	VI
18.	Rengginang Najwa Dan Kerupuk Najwa (Rizky Yudi Ardiansyah_22010041M)	5 pack	K01	VI
19.	Cake Gabin (Ian Arif Fadilah_24010131m)	10 mika	K02	II
20.	Fruit Sandwich (Tiara Fidiyah_24010098m)	10 mika	K02	II
21.	Kacang Asin Disco (Rini Uswatun)	30 bungkus	K03	II
22.	Sania Fasa Salsabila 24010023 (CHIPS BROWNIES)	9 pack	K05	II
23.	Dolin "Dodol Kinca" (Safira Maharani_22010024m)	10 mika	K07	VI
24.	Kue Sus, Salome (Marsina Dan Hayatun)	10 kue Sus, 10 Salome	K05 B	IV
25.	Kacang Kriuk (Nabila Nurcahyani_22010027M)	10 pack	k02	VI
26.	Es Jeli Cincau (Juliati 23010092)	10 cup	K. 03	IV

Pelaksanaan PKM ini berhasil melibatkan mahasiswa dalam kegiatan ekonomi kreatif melalui partisipasi aktif di Festival Rimpu Mantika 2025. Mahasiswa yang tergabung dalam inkubator bisnis kampus memamerkan produk-produk inovatif berbasis budaya lokal, seperti tenun rimpu, kerajinan tangan, dan kuliner khas Bima. Partisipasi ini tidak hanya meningkatkan keterampilan wirausaha mahasiswa tetapi juga memperkenalkan produk mereka kepada pasar yang lebih luas. Melalui keterlibatan dalam festival, mahasiswa mendapatkan pengalaman langsung dalam berwirausaha, mulai dari perencanaan produk, strategi pemasaran, hingga interaksi dengan konsumen. Pengalaman ini memperkuat kepercayaan diri mereka dalam mengembangkan usaha mandiri dan memahami dinamika pasar secara nyata. Selain itu, mahasiswa juga belajar pentingnya mengintegrasikan nilai-nilai budaya dalam produk mereka, yang memberikan

keunikan dan daya saing di pasar, mahasiswa tidak hanya mendapatkan pengalaman praktis dalam berwirausaha, tetapi juga memahami pentingnya pelestarian budaya lokal dalam pengembangan produk. Mereka belajar untuk mengintegrasikan nilai-nilai budaya dalam desain dan narasi produk, yang memberikan keunikan dan daya tarik tersendiri di pasar. Selain itu, keterlibatan dalam festival memberikan kesempatan untuk membangun jaringan dengan pelaku usaha lain dan memahami dinamika pasar secara langsung.

Selama pelaksanaan PKM, beberapa tantangan yang dihadapi antara lain keterbatasan waktu dalam persiapan produk, kebutuhan akan modal awal, dan kurangnya pengalaman dalam menghadapi konsumen secara langsung. Untuk mengatasi hal ini, inkubator bisnis memberikan dukungan dalam bentuk pelatihan intensif, bantuan modal usaha, dan simulasi pemasaran sebelum festival berlangsung. Pendampingan yang berkelanjutan juga dilakukan untuk memastikan mahasiswa dapat mengatasi hambatan yang muncul selama proses.

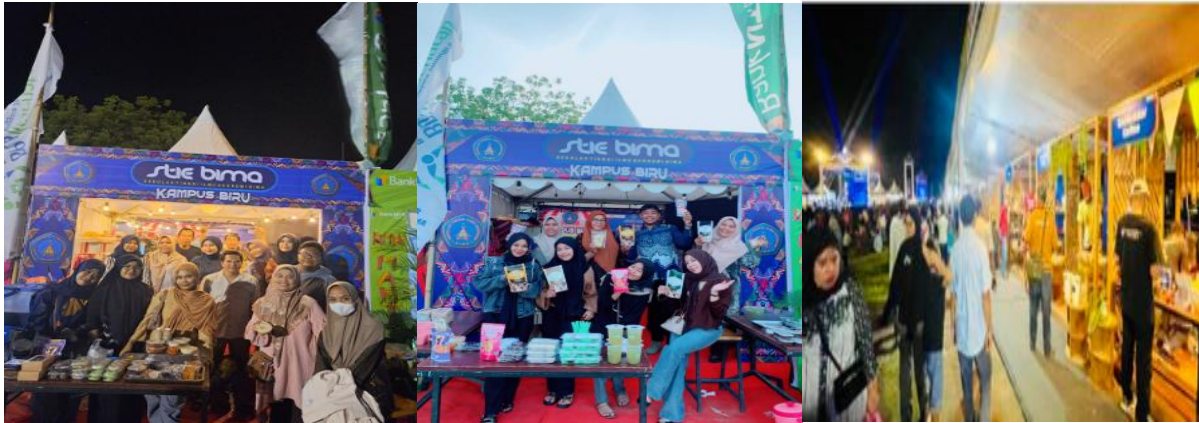


Foto 2. Kegiatan Bazar Ekonomi Kretaif saat festival Rimpu Mantika

Keberhasilan PKM ini membuka peluang untuk pengembangan program serupa di masa depan. Rencana keberlanjutan meliputi pembentukan komunitas wirausaha mahasiswa berbasis budaya, pengembangan *platform online* untuk pemasaran produk karena Di tengah persaingan yang semakin ketat di era digital, banyak UKM yang terjebak dalam cara pemasaran tradisional, kehilangan peluang untuk menjangkau pelanggan baru (Afriany et.,al, 2025). Kolaborasi dengan pemerintah daerah dalam program pemberdayaan ekonomi kreatif. Dengan demikian, mahasiswa dapat terus mengembangkan usaha mereka dan memberikan kontribusi nyata dalam pelestarian budaya serta pertumbuhan ekonomi lokal.

4. KESIMPULAN

PKM “Sinergi inkubator Bisnis dan Budaya dalam Pengembangan Wirausaha Mahasiswa melalui Pameran Ekonomi Kreatif di Festival Rimpu Mantika” telah memberikan dampak positif dalam mengembangkan jiwa wirausaha mahasiswa, memperkuat identitas budaya lokal, dan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota Bima. Integrasi antara pendidikan, budaya, dan ekonomi ini menjadi model yang efektif dalam menciptakan wirausaha muda yang inovatif dan berakar pada kearifan lokal.

Kegiatan PKM ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dicermati, antara lain durasi pelaksanaan yang relatif singkat sehingga membatasi proses pembelajaran dan eksplorasi pasar oleh mahasiswa; keterbatasan modal, fasilitas produksi, serta pengalaman mahasiswa dalam mengintegrasikan nilai budaya ke dalam produk yang menarik secara komersial; belum adanya dukungan platform digital untuk memperluas jangkauan pemasaran; serta ketergantungan pada momen festival sebagai satu-satunya ruang eksposur produk. Selain itu, pengukuran dampak kegiatan masih terbatas pada output jangka pendek seperti jumlah peserta dan volume penjualan, belum menyentuh aspek keberlanjutan usaha mahasiswa dan kontribusinya terhadap pemberdayaan ekonomi lokal secara menyeluruh.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur dan apresiasi yang setinggi-tingginya, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, kontribusi, dan semangat dalam pelaksanaan kegiatan bazar ekonomi kreatif mahasiswa STIE Bima saat kegiatan festival Rimpu Mantika. Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Ketua STIE Bima atas dukungan dan pembinaan kepada Inbis STIE Bima, Inbukator STIE Bima atas peran aktifnya dalam membina, mendampingi, dan memberikan pelatihan kepada mahasiswa wirausaha, sehingga mampu menghadirkan produk-produk kreatif yang berdaya saing dan berakar pada budaya daerah dan seluruh civitas akademika STIE Bima atas segala dukungan moral, material, dan motivasi yang telah diberikan selama pelaksanaan kegiatan ini. Kami menyadari bahwa keberhasilan kegiatan ini tidak terlepas dari sinergi, kolaborasi, dan komitmen bersama dalam mengintegrasikan inovasi bisnis dengan pelestarian budaya. Semoga hasil dari kegiatan ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan kewirausahaan mahasiswa yang berwawasan budaya serta menjadi inspirasi bagi kegiatan serupa di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriany, A. N., Purnama, H., Widodo, S., Wiratama, A., Pradana, A., Zakariya, A. F., ... & Hadiansyah, Z. (2025) Optimalisasi Pemasaran UKM Chandra Craft Melalui Penerapan Digital Marketing. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 6 No 1, 43-52
- Budiman, A. (2021). Peran Inkubator Bisnis Dalam Meningkatkan Kompetensi Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Mebis*, 6(2), 27-36.
- Hakim, A. R. (2023). Apakah Wirausahawan Dapat Dibentuk? (Studi Kasus Di Pusat Inkubator Bisnis Universitas Pgri Palangkaraya). *JURNAL SOCIOPOLITICO*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:273462628>
- Maharani, M., & Laily Nisa, F. (2024). Revitalisasi Ekonomi Kreatif di Indonesia melalui Penguatan Sektor Pariwisata. *JEMeS - Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Sosial*, 7(2), 53-66. <https://doi.org/10.56071/jemes.v7i2.895>
- Nurasri, Y., Lestari, S., & Sonhaji, S. (2022). Pengembangan Produk Lokal Berbasis Technopreneur Guna Menuju Masyarakat Ekonomi Kreatif. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(5), 6162-6169.
- Nurfah. (2024). Festival Rimpu Mantika: Wadah Pemberdayaan Masyarakat Lokal dan Promosi Budaya Bima. *Jurnal Al-Tatwir*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:277972981>
- Siregar, G., Andriany, D., & Bismala, L. (2019). *Program Inkubasi Bagi Tenant Inwall Di Pusat Kewirausahaan, Inovasi dan Inkubator Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:211391639>
- Supriyatna, A. D., Perbawasari, S., & Annisa, R. N. (2023). Strategi marketing public relations dinas kepemudaan olahraga pariwisata dan kebudayaan kabupaten purwakarta. *Journal of Digital Communication Science*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:266791407>
- Suradi, A. (2018). Pendidikan Berbasis Multikultural Dalam Pelestarian Kebudayaan Lokal Nusantara Di Era Globalisasi. *Wahana Akademika: Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 5(1), 111. <https://doi.org/10.21580/wa.v5i1.2566>
- Utoyo, S., Evelina, T. Y., Sakti, R. J. N., Murtiyanto, R. K., & Charits, M. (2022). Pelatihan Pembuatan Video Digital Marketing Dan Poster Bisnis Bagi Tenant Program Mahasiswa Wirausaha Inkubator Bisnis ETU POLINEMA. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:247416711>