

Implementasi Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Magang Studi Independen Bersertifikat di PT Lacorre Fesyen Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha

Puput Meriana Sari¹, Eunike Rose Mita Lukiani²

puputmerianasari@gmail.com¹, eunikerosemitalukiani@gmail.com²

^{1,2} Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nisantara PGRI Kediri
Jl. Ahmad Dahlan, No. 76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur 64112, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan memaparkan peran program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Magang di PT Lacorre terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan mahasiswa yang mengikuti program Magang memperoleh pemahaman mendalam tentang pemasaran digital, keberlanjutan produksi, etika, dan penetrasi pasar internasional. Selain itu, mahasiswa terlibat dalam proyek ekspor dengan mengusulkan inovasi pada produk, seperti pengembangan fungsi ganda. Wawancara dengan mentor-mentor di PT Lacorre Fesyen memberikan wawasan mendalam mengenai strategi pengembangan produk, rantai pasok global, pemasaran global, dan legalitas ekspor.

Kata Kunci: Bucket hat batik, Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka, Studi independen, Magang, Ekspor produk

Abstract

This research aims to explain the role of the Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Internship program at PT Lacorre on students' interest in entrepreneurship. The research method used is qualitative descriptive qualitative with interview and observation data collection techniques. The research results show that students who take part in the Internship program gain an in-depth understanding of digital marketing, production sustainability, ethics, and international market penetration. In addition, students are involved in export projects by proposing innovations in products, such as the development of dual functions. Interviews with mentors at PT Lacorre Fesyen provide in-depth insight into product development strategies, global supply chains, global marketing and export legality.

Keywords: *Batik bucket hat, Merdeka Belajar Kampus Merdeka Program, Independent study, Internship, Export of products*

PENDAHULUAN

Kebijakan Merdeka Belajar, merupakan program Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) Republik Indonesia, Nadiem Makarim. Di tingkat perguruan tinggi disebut Kampus Merdeka. Konsep Kampus Merdeka memberikan paradigma baru dalam dunia pendidikan tinggi, yakni lebih banyak ruang untuk mahasiswa merancang perjalanan akademisnya sesuai dengan minat dan kebutuhan individual (Suryatno & Insana, 2022). Salah satu bentuk Kampus Merdeka adalah memberikan hak pada mahasiswa untuk mengambil pelajaran di luar kampusnya, namun tetap memperoleh SKS (satuan kredit semester) pembelajaran. Artinya, mahasiswa memiliki kebebasan untuk mengeksplorasi mata kuliah di berbagai institusi pendidikan atau bahkan terlibat dalam proyek-proyek pembelajaran di luar lingkungan kampus tradisional mereka (Baharuddin, 2021). Mahasiswa memiliki kendali atas proses pembelajarannya, namun tetap dalam kendali bimbingan dan mentoring dosen dan mentor. Tujuan bimbingan dan mentoring ini untuk mengarahkan mahasiswa dalam mengelola waktu, merancang proyek-proyek, dan mengejar minat akademisnya (Pasaribu et al., 2022).

Program Merdeka Belajar Studi Independen merupakan bagian dari Merdeka Belajar Kampus Merdeka. Biasanya, studi independen ini dikaitkan dengan magang bersertifikat. Akan tetapi magang bersertifikat dan studi independen bersertifikat dalam kerangka program Kampus Merdeka memiliki perbedaan mendasar dalam pendekatan dan pelaksanaannya. Program magang bersertifikat menempatkan mahasiswa sebagai siswa pelatihan di perusahaan atau organisasi mitra yang memungkinkan mahasiswa terlibat langsung dalam aktivitas internal perusahaan (Amalia, 2023). Sedangkan Studi independen bersertifikat menekankan pembelajaran mandiri melalui berbagai format seperti kursus singkat, bootcamp, atau MOOC seperti yang sudah sempat dijelaskan oleh peneliti.

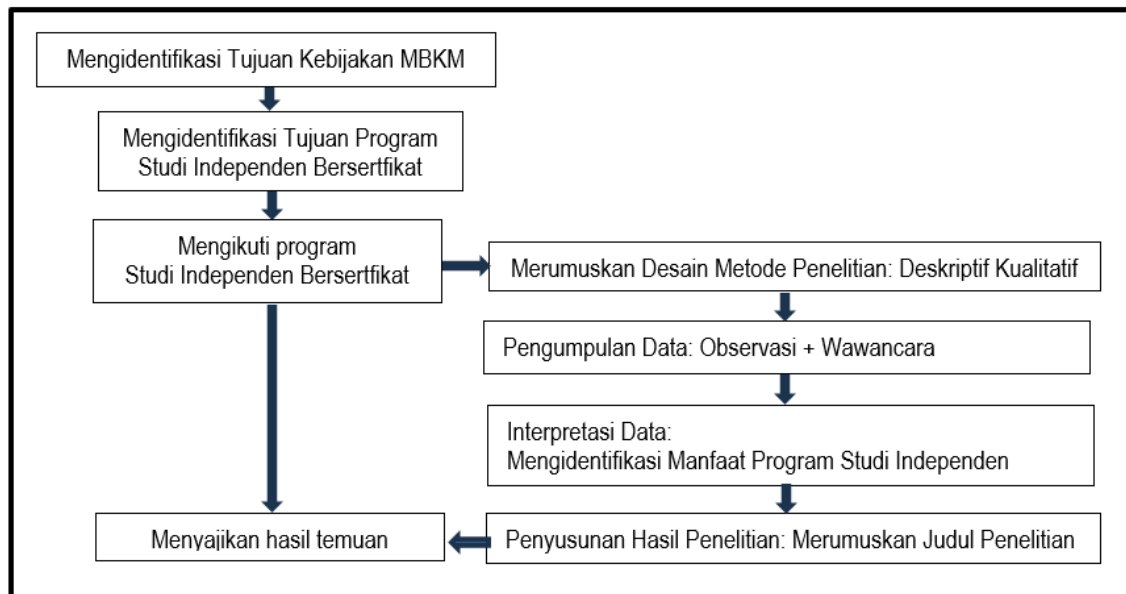
Artikel ini merupakan pengalaman peneliti yang telah menjadi partisipan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Studi Independent di PT Lacorre Fesyen. Tujuan artikel ini memberikan rincian yang komprehensif mengenai pengalaman magang mahasiswa di PT Lacorre Fesyen, tantangan yang dihadapi selama periode magang, serta dampaknya terhadap minat berwirausaha mahasiswa peserta magang studi independen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang menekankan penjelasan mendalam dari suatu peristiwa sebagai fenomena yang kompleks dan *multifaceted*, dari pemahaman subjektif partisipan (Siyoto & Sodik Ali, 2015). Peneliti bertindak sekaligus sebagai informan karena merupakan mahasiswa peserta program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Studi Independent Magang di PT Lacorre Fesyen. Data primer berupa hasil wawancara penelitian dan observasi peneliti selama kegiatan Studi Independent Magang di PT Lacorre Fesyen. Sedangkan data sekunder diperoleh dari studi literatur yang relevan dengan topik penelitian.

Untuk menguji pengabsahan data, peneliti menggunakan beberapa pengujian, diantaranya (Sugiyono, 2015):

1. Uji Kredibilitas (*Credibility Test*) untuk menguji pernyataan responden sesuai dengan apa yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian.
2. Uji Transferabilitas (*Transferability Test*) untuk menguji sejauh mana temuan penelitian dapat diterapkan pada konteks yang berbeda.
3. Uji Konfirmabilitas (*Confirmability Test*) untuk memastikan bahwa data yang diambil dapat diases ulang dan menghindari kurang jelas atau ketidaksuaian data,
4. Uji Dependabilitas (*Dependability Test*) untuk memastikan peneliti terlibat langsung dalam memilih teknik, sumber data, analisis data hingga perumusan konklusi.



Gambar 1. Kerangka Berpikir Implementasi program MBKM Magang di PT Lacorre Fesyen Studi Independen Bersertifikat terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha

HASIL DAN PEMBAHASAN

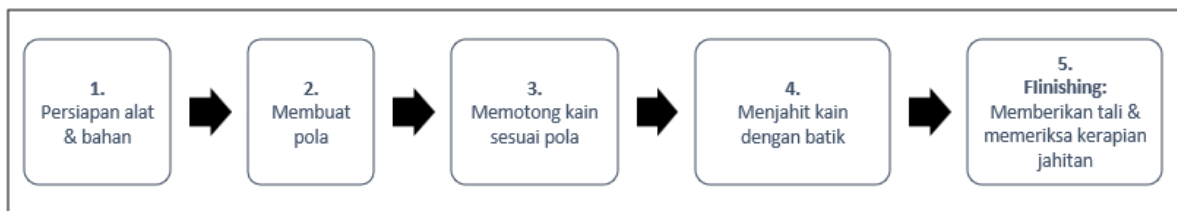
Peneliti bersama tim, yaitu rekan mahasiswa mengikuti Program Merdeka Belajar Studi Independen PT Lacorre Fesyen memilih *bucket hat* batik sebagai produk yang dihasilkan. Alasan memilih *Bucket hat* batik karena dalam *Buket hat* batik melibatkan pertimbangan strategis tentang budaya, fashion, dan pasar global. Produk *Buket hat* batik mengutamakan kualitas tinggi dengan menggunakan kain batik asli, yang menghormati keaslian batik sebagai warisan budaya Indonesia. Mempertahankan elemen-elemen tradisional batik, seperti corak dan motif khas, yang dirancang relevan dengan tren fashion dunia, sehingga berpotensi menjadi produk ekspor yang menonjol karena berhasil menggabungkan kekayaan budaya Indonesia, batik, dengan tren fashion global.

Tim mahasiswa yang mengikuti Program Merdeka Belajar Studi Independen PT Lacorre Fesyen dengan produk *bucket hat* batik terdiri dari 4 orang mahasiswa yang ditunjukkan dalam tabel 1 berikut.

Tabel 1. Data mahasiswa yang mengikuti Program Merdeka Belajar Studi Independen PT Lacorre Fesyen dengan produk *bucket hat* batik

No	Nama	Jurusan / Program Studi	Semester	Perguruan Tinggi
1	Sonia Daniasti	Bahasa dan Sastra Indonesia	Semester 8	Universitas Nusantara PGRI Kediri
2	Muhammad Ariel Rizqi Vieri	Teknik Informatika	Semester 6	Universitas Nusantara PGRI Kediri
3	Puput Meriana Sari	Pendidikan Ekonomi	Semester 6	Universitas Nusantara PGRI Kediri
4	Miftachul ulum	Akuntansi	Semester 6	Universitas Nusantara PGRI Kediri

Proses pembuatan *bucket hat* batik dalam studi independen dimulai dengan persiapan bahan dan alat, seperti kain batik, benang, jarum, gunting, dan mesin jahit jika diperlukan. Kemudian, pola atau template untuk topi bucket disiapkan sebagai panduan dalam pemotongan kain. Tahap selanjutnya adalah pemotongan kain sesuai dengan bentuk topi bucket, dengan dua lapisan untuk bagian depan dan belakang, serta satu lapisan untuk bagian bawah. Setelah itu, kain disusun sesuai dengan motif batik yang diinginkan, memastikan keserasian motif saat kedua lapisan disatukan. Bagian samping kain depan dan belakang dijahit bersama dengan pola menghadap ke dalam, sementara bagian atas kain tetap terbuka. Bagian bawah kain yang lebih kecil dijahit pada bagian bawah topi, dengan memastikan motif batik menghadap keluar. Selanjutnya, tali pengikat dipotong dari kain atau pita, kemudian dijahitkan pada bagian atas tepi samping topi. Opsionalnya, tali pengikat dapat ditambahkan di bagian bawah topi. Setelah itu, seluruh jahitan diperiksa kembali untuk memastikan topi terlihat rapi. Proses penyesuaian dapat dilakukan dengan mencoba topi dan menyesuaikan panjang tali pengikat sesuaikebutuhan.



Gambar 1. Alur proses pembuatan *Buket Hat* batik



Gambar 2. Produk *Buket Hat* Batik buatan peneliti bersama tim (mahasiswa peserta MBKM Studi Independen Magang PT Laccore dari Universitas Nusantara PGRI Kediri)

PT Lacorre Fesyen, bertindak sebagai mentor yang memberikan bimbingan selama studi independen, yang memberikan pengetahuan dan keterampilan yang relevan untuk merancang pakaian. Melalui bimbingan mentor-mentor di PT Lacorre Fesyen, mahasiswa mendapatkan bimbingan dalam memahami strategi bisnis digital global, khususnya dalam hal pemasaran melalui *platform digital*, seperti penggunaan teknologi dan *platform online* untuk memasarkan produk secara efektif kepada pasar global. Strategi pemasaran menggunakan *platform digital* memanfaatkan media sosial, *e-commerce*, dan teknologi digital lainnya untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produk fashion.

Pengalaman Praktis PT Lacorre Fesyen mengajarkan mahasiswa mengenai praktik-praktik bisnis yang berkelanjutan seperti berikut ini:

1. Memanfaatkan unsur-unsur budaya lokal, seperti motif tradisional atau teknik kerajinan khas, untuk menciptakan produk yang ramah lingkungan

Dalam dinamika industri fashion lokal adalah salah satu sektor yang sangat dinamis dan kompleks, dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal dan internal. Produk *fashion* kini semakin memperhatikan aspek keberlanjutan dan kelestarian lingkungan. Bukan hanya bahan baku namun juga proses produksi mengurangi dampak lingkungan/ramah lingkungan dengan kesadaran terhadap siklus hidup produk dan cara mengurangi limbah. Dengan perubahan dalam preferensi konsumen, kemajuan teknologi, tantangan globalisasi, kondisi ekonomi, dan perkembangan sosial dan budaya. Dari konsepsi desain hingga peluncuran produk seperti bucket hat batik, kreativitas dan keberlanjutan menjadi fokus utama. Proses desain menggabungkan elemen budaya lokal dengan inovasi, memperhatikan etika dan dampak lingkungan. Hal ini merupakan apresiasi terhadap keanekaragaman budaya dan penghormatan terhadap warisan lokal.

2. Etika produksi mencakup aspek: kondisi kerja di pabrik, hak pekerja, serta praktik produksi yang etis.
3. Etika dalam distribusi, yakni integrasi kekayaan budaya lokal dalam pemasaran produk fashion.

Rantai pasok merupakan peningkatan efisiensi operasional, mengurangi biaya, meningkatkan kualitas produk atau layanan, dan memaksimalkan kepuasan pelanggan. Koordinasi dan kolaborasi yang baik di antara semua pihak dalam rantai pasok sangat penting untuk mencapai tujuan. Pengalaman praktis dalam rantai pasok global menjadi landasan penting untuk memahami seluk-beluk distribusi produk serta mengeksplorasi peluang dan tantangan di pasar internasional. Melibatkan diri langsung dalam rantai pasok memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana produk diperoleh, diproduksi, disimpan, dan didistribusikan secara global. Identifikasi vendor yang handal menjadi kunci untuk memastikan kualitas dan ketersediaan bahan baku yang kritis. Manajemen risiko logistik juga menjadi aspek penting dalam meminimalkan hambatan dan meningkatkan efisiensi pengiriman produk ke pasar internasional.

Disamping itu kerjasama yang erat dengan produsen lokal turut menjadi langkah strategis, dan menjadi fondasi kunci bagi keberhasilan perusahaan sebelum melangkah ke pasar global. Bentuk kerjasama antara produsen dan topi bucket hat batik dengan penggabungan gaya modern dan tradisional, pelestarian budaya batik, inovasi dalam desain. Melibatkan produsen lokal dalam proses produksi memungkinkan terciptanya dialog yang terus-menerus, yang pada gilirannya mempercepat pertukaran informasi dan pemahaman yang lebih baik mengenai kebutuhan dan standar kualitas yang diinginkan. Kontrol kualitas yang ketat dapat dijaga lebih efektif melalui kerjasama yang erat ini, memastikan bahwa setiap produk memenuhi standar tinggi sebelum dihadapkan pada pasar global yang kompetitif. Kerjasama ini memberikan peluang untuk pengembangan kapabilitas produksi, termasuk penerapan teknologi baru atau peningkatan proses yang dapat membawa efisiensi produksi ke tingkat yang lebih baik.

Pengiriman tepat waktu turut berperan krusial. Pemilihan jalur pengiriman yang optimal menjadi langkah awal yang penting dalam strategi logistik. Perusahaan harus mengevaluasi berbagai rute dan moda transportasi untuk meminimalkan waktu pengiriman dan biaya. Sehingga ketersediaan produk yang tepat waktu di titik tujuan dapat memuaskan pelanggan dan menjaga reputasi perusahaan. Implementasi strategi logistik dan distribusi yang kami lakukan pada topi hat batik meliputi penggunaan teknologi promosi, pengemasan yang aman dan pengadaan bahan baku yang efisien.

4. Adaptasi produk untuk memenuhi kebutuhan pasar internasional yang memiliki daya tarik global.

Memiliki wawasan tentang struktur industri fashion, perubahan tren, dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen di berbagai negara menjadi landasan penting bagi para pengambil keputusan bisnis. Dengan wawasan ini, perusahaan mengidentifikasi peluang baru, dan mengelola risiko yang mungkin muncul dalam ekspansi ke pasar internasional.. Wawasan mendalam terhadap perilaku konsumen di pasar ekspor juga memberikan keunggulan kompetitif. Memahami preferensi konsumen, kecenderungan belanja, dan nilai-nilai budaya di berbagai negara dapat membimbing pengembangan produk yang lebih sesuai dan strategi pemasaran yang lebih efektif

5. Panduan mengenai strategi penetrasi pasar internasional

Kode ER Number adalah kode yang digunakan dalam proses ekspor untuk mengidentifikasi setiap ekspor yang dilakukan oleh perusahaan atau individu. ER Number mengacu pada "*Export Registration Number*" yang dikeluarkan oleh perusahaan. Kode ER mencakup informasi tentang: 1) identitas

eksportir, 2) deskripsi barang yang diekspor, 3) nilai barang, 4) tujuan ekspor, dan 5) dokumen-dokumen terkait lainnya.

Langkah-langkah mendapatkan ER melibatkan serangkaian proses administratif dan penilaian yang ketat, seperti: 1) formulir permohonan, 2) identifikasi produk, 3) informasi eksportir, dan 3) tujuan ekspor. Terdapat tahap penilaian yang melibatkan audit produk untuk memastikan produk memenuhi standar kualitas dan keamanan yang berlaku di pasar tujuan. Audit produk mencakup: 1) uji laboratorium, 2) sertifikasi kepatuhan, dan 3) kelengkapan regulasi ekspor dan impor yang berlaku. Selain aspek administratif dan penilaian produk, langkah-langkah mendapatkan ER Number juga melibatkan persiapan pasar dan analisis risiko pasar ekspor, yang berupa: 1) penelitian pasar untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen di pasar tujuan, 2) menentukan strategi pemasaran yang sesuai, serta 3) mengidentifikasi potensi risiko pasar seperti persaingan, perubahan regulasi, dan fluktuasi mata uang.

6. Strategi pemasaran yang efektif di skala internasional

Strategi pemasaran, termasuk promosi di pasar internasional, memerlukan pemahaman tentang tren global dan nilai-nilai lokal untuk memaksimalkan potensi ekspor. Kolaborasi dengan pemangku kepentingan dan pemanfaatan teknologi digital juga krusial dalam memperluas jangkauan produk fashion lokal. Integritas kreatif, keberlanjutan, dan strategi pemasaran yang cermat tetap menjadi kunci sukses dalam memasuki dan bersaing di pasar global.

Strategi pemasaran global yang efektif harus memanfaatkan secara maksimal platform digital guna meningkatkan visibilitas produk di pasar internasional. Platform digital, termasuk *e-commerce* dan media sosial, karena mampu menyediakan jalur yang efisien untuk mencapai konsumen global secara langsung, membangun komunitas penggemar yang aktif. Melalui *e-commerce*, perusahaan dapat membuka akses ke pasar internasional tanpa batasan geografis, memungkinkan konsumen dari berbagai belahan dunia untuk menjelajahi dan membeli produk dengan mudah. Dengan merangkul platform digital, perusahaan dapat merancang kampanye pemasaran yang lebih responsif terhadap kebutuhan pasar internasional yang dinamis. Analisis data digital dapat digunakan untuk memahami perilaku konsumen, mengidentifikasi tren pasar, dan mengukur efektivitas strategi pemasaran. Fleksibilitas platform digital juga memungkinkan perusahaan untuk mengadaptasi pesan pemasaran dan promosi sesuai dengan keunikan budaya dan preferensi konsumen di berbagai negara.

Dengan menggabungkan strategi konten yang menarik dengan penggunaan platform media sosial yang tepat, perusahaan dapat menciptakan narasi merek yang kuat. Kerjasama dengan *influencer* internasional menjadi salah satu cara membangun kehadiran merek yang meyakinkan di pasar global. *Influencer* dengan jangkauan global memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan merek kepada audiens yang luas dan beragam. Kredibilitas dan daya tarik *influencer* dapat membantu membangun kepercayaan konsumen, menghasilkan *buzz* di sekitar produk, dan membawa merek dikenal di berbagai belahan dunia. Salah satu contoh produk yang sukses menggunakan *influencer* internasional adalah jam tangan *Daniel Wellington*. Kerjasama dengan *influencer* internasional dapat memberikan dampak besar bagi suatu produk, mulai dari peningkatan vanilitas dan penjualan hingga penciptaan tren baru dan peningkatan *engagement* dengan audiens.

5. Menavigasi peraturan perdagangan internasional

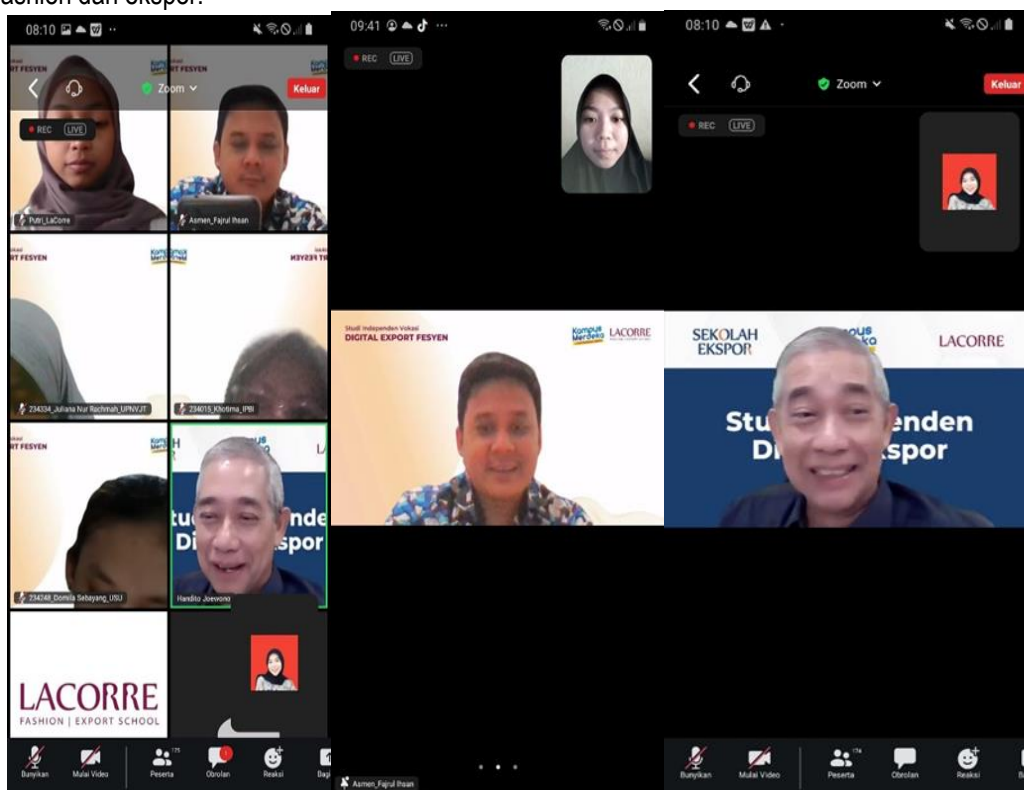
Aspek legalitas dan persiapan ekspor mengandung manfaat, agar barang yang diekspor mematuhi semua peraturan dan persyaratan hukum baik di negara asal maupun negara tujuan, seperti tarif, pajak, dan bea cukai yang berlaku di negara tujuan. Dengan demikian perusahaan dapat mengenali dan meminimalkan resiko selama proses ekspor, resiko hukum, finansial, dan logistik.

Sertifikasi adalah salah satu bentuk peraturan perdagangan internasional. Sertifikasi adalah langkah kritis yang memberikan jaminan bahwa produk telah menjalani proses evaluasi yang ketat sesuai dengan standar internasional yang berlaku. Petunjuk yang rinci dan jelas mengenai persyaratan sertifikasi memberikan arahan yang tepat kepada produsen mengenai langkah-langkah yang harus diambil untuk memastikan bahwa produk mereka sesuai dengan regulasi dan norma-norma yang berlaku di pasar tujuan. Mengikuti arahan sertifikasi dengan cermat membantu memastikan bahwa organisasi atau produk anda tidak hanya memenuhi standar saat ini tetapi juga mempertahankan dan meningkatkan kualitas dan kepatuhan yang akan datang.

Disamping itu sertifikasi tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga memiliki dampak yang signifikan dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan kepatuhan produk terhadap standar tertentu. Sertifikasi menjadi semacam jaminan independen yang menyatakan bahwa suatu produk telah menjalani proses evaluasi yang ketat dan memenuhi standar kualitas dan keamanan yang ditetapkan.

Sementara aspek teknis dari sertifikasi adalah kunci dalam memberikan kepastian tentang karakteristik dan kualitas produk, citra merek, perlindungan hak kekayaan intelektual, serta inovasi produk. Konsumen global semakin cenderung memilih produk dari perusahaan yang menunjukkan komitmen terhadap praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan

Mahasiswa yang tertarik memperoleh sertifikasi terkait industri fashion dan ekspor dapat mengikuti kursus atau program pelatihan yang secara khusus dirancang mengajarkan industri fashion dan proses ekspor. Mahasiswa juga dapat menghadiri acara networking, seminar industri, bahkan menjalin koneksi melalui platform online. Berinteraksi dengan praktisi yang telah berkecimpung dalam bidang fashion dan ekspor memberikan wawasan dan peluang untuk mendapatkan dukungan dalam mengembangkan karir di industri fashion dan ekspor.



Gambar 3. Proses bimbingan mahasiswa peserta Studi Independen Magang dengan mentor dari PT Laccorre Fesyen

SIMPULAN

Program Merdeka Belajar Studi Independen di PT Laccorre Fesyen memberikan dampak positif terhadap mahasiswa dalam mengembangkan minat dan keterampilan berwirausaha, terutama di industri fashion dan ekspor. Program studi independen merangsang mahasiswa mengembangkan keterampilan dalam berwirausaha, seperti: desain produk, integrasi kekayaan budaya lokal, manajemen bisnis, rantai pasok, strategi pemasaran digital, keberlanjutan, dan etika produksi. Melalui bimbingan mentor profesional, mahasiswa juga memiliki kesempatan menerapkan teori yang telah diajarkan mentor dalam proyek-proyek nyata, contoh nyata dalam kelompok kami adalah proyek pengembangan produk bucket hat batik.

Bimbingan mentor di PT Laccorre Fesyen juga memperkaya pemahaman mahasiswa untuk menggabungkan budaya lokal dengan strategi pemasaran global. Selain pengetahuan teknis, mentor memberikan penguatan, menyalurkan keberanian mahasiswa untuk berwirausaha, dengan menanamkan karakter wirausaha yaitu percaya diri, optimis, mandiri, jujur, terintegritasi, dewasa, seimbang, berpusat diri, berani mengambil resiko dan bertekad untuk menjadi kuat.

Di akhir program proyek produk yang dikerjakan mahasiswa dipresentasikan dan mahasiswa turut dituntut melakukan evaluasi pasar, melakukan pemasaran hingga penjualan. Oleh sebab itu, program Studi Independen mempunyai pengaruh besar terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha. Meskipun program studi indeenden telah berakhir, namun mahasiswa diharapkan tetap melaksanakan langkah-langkah konkrit untuk pengembangan kemampuan wirausahanya seperti mengikuti kursus dan seminar.

SARAN PENGEMBANGAN PENELITIAN LANJUT (*FUTURE Riset*)

Saran untuk pengembangan penelitian dengan topik Studi independent selanjutnya adalah, dapat memperkaya pada mentor selain industry fasyen dan memperluas jumlah responden penelitian serta menggunakan instrument penelien lebih bervariasi.

DAFTAR RUJUKAN

- Amalia, R. (2023, August 16). *Program MSIB: Magang Bersertifikat dan Studi Independen, Apa Bedanya?* Gamelab.id. <https://www.gamelab.id/news/2735-program-msib-perbedaan-magang-bersertifikat-dan-studi-independen>
- Atika Rahmawati A, Agung P, Tohir A. Implementasi Projek Penguatan Profil Pelajar Pancasila (P5) Dalam Membentuk Karakter Wirausaha Siswa Kelas IV Di SD Negeri 2 Kampung Baru. *Berajah J.* 2024;4(1):159-164. <https://doi.org/10.47353/bj.v4i1.294>
- Breliana N, Ade Kusuma. Strategi Pemasaran Media Sosial Royale Durian di Instagram. *J Teknol dan Manaj Ind Terap.* 2024;3(1):90-95. doi:10.55826/tmit.v3ii.245
- Baharuddin, M. R. (2021). Adaptasi Kurikulum Merdeka Belajar Kampus Merdeka(Fokus: Model MBKM Program Studi). *Jurnal Studi Guru Dan Pembelajaran*, 4(1).
- Dan S, Usaha K. Issn : 3025-9495. 2024;4(11).
- Pasaribu, A. N., Zaenudin, A., Septiawan, Y., Hadi, H., Ningsih, A. M., Suryaningsih, Siregar, N. F., Kencana, R., Alfiyanto, A., Wahyurianto, Y., Kennedy, P. S. J., Efendi, Y., Utama, I. W. K., Amri, M., Sihab, M., Izzu, M. N. L. A., Mustofa Ali, Artha, F. D., Pratama, I. W. A., & Diwyarthi, N. D. M. S. (2022). *Aktualisasi Merdeka Belajar, Kampus Merdeka, & Kampus Mengajar di Abad 21M* (M. Amri & D. Pertiwi, Eds.; 1st ed.). CV. Global Aksara Pers.
- Siyoto, S., & Sodik Ali, M. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN* (pp. 10–11). Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi (mixed methods)*. Alfabeta.
- Suryatno, G. M., & Insana, D. R. M. (2022). DAMPAK PROGRAM MBKM MAGANG STUDI INDEPENDENBERSERTIFIKAT DALAM MENINGKATKAN MINAT WIRAUSAHAGLOBAL MAHASISWA SEBAGAI EKSPORTIR BARU 4.0. *Jurnal Usaha*, 3(2).
- Wardhani PSN, Nastiti D. Implementasi Pendidikan Kewirausahaan Dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Prima Magistra J Ilm Kependidikan.* 2023;4(2):177-191. doi:10.37478/jpm.v4i2.2622