Jurnal Pengabdian dan Pengembangan Masyarakat Indonesia
Published by
Media Publikasi Cendekia Indonesia
https://www.journalmpci.com/index.php/jppmi/index
ISSN : 2830-2567 (Online - Elektronik)
ISSN 2830-2567

Jurnal Pengabdian dan Pengembangan Masyarakat Indonesia, Vol. 5 No. 2 (2026): 776-784

Penguatan Ekosistem Wirausaha Mahasiswa Pemenang Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) melalui Business Matching di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Strengthening the Entrepreneurial Ecosystem of the Student Entrepreneurship Development Program (P2MW) through Business Matching at the University of Muhammadiyah North Sumatra

Hafsah[1], Lailan Safina Hasibuan[1], Lila Bismala[1]*, Gustina Siregar[1], Dewi Andriany[1], Susi Handayani[1], Yudha Andriansyah Putra[1], Mutia Arda[1]

[1] Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan, Indonesia

*Email Korespondensi: lilabismala@umsu.ac.id

Abstrak

Kegiatan ini bertujuan untuk memperkuat ekosistem kewirausahaan mahasiswa melalui mekanisme business matching dengan tenant (mahasiswa P2MW) dengan mitra industri. Kegiatan ini diikuti oleh 6 tim P2MW dan mitra yang memiliki bisnis yang sejalan dengan tim dan sudah berpengalaman di bidangnya. Metode yang dilakukan adalah Collaborative / Kemitraan (Community Partnership), dengan tahapan: (1) koordinasi dan persiapan kegiatan, (2) pendampingan persiapan pitching, (3) business matching, (4) monitoring dan evaluasi, (5) output dan keberlanjutan. Business matching telah dilaksanakan dengan baik. Dalam business matching ini disepakati bahwa mitra akan memberikan pendampingan tambahan pada tim, seperti teknis budidaya, teknis pembuatan kue agar menjadi lebih enak, di samping itu mitra juga bersedia untuk menjadi pemasok utama bahan baku bubuk kelor untuk tim produsen biskuit kelor, serta kemitraan dalam bentuk pemasaran. Monitoring dan evaluasi dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam pada mitra yang mengikuti business matching, dan memperoleh informasi bahwa mereka sangat tertarik untuk bekerja sama dengan bisnis mahasiswa karena memiliki peluang yang cukup baik. Evaluasi menunjukkan peningkatan pemahaman mitra dan mahasiswa terhadap skema kemitraan sebesar 100% atau melalui hasil wawancara yang terstruktur. Saran yang dapat diberikan kepada perguruan tinggi khususnya incubator bisnis: (1) incubator bisnis dapat menjadikan business matching sebagai agenda rutin dan menyasar seluruh mahasiswa wirausaha, meskipun yang tidak memperoleh pendanaan P2MW, (2) model inkubasi yang dilakukan dapat melibatkan praktisi dari industri besar sebagai mentor/pendamping, agar bisnis memiliki prospek keberlanjutan yang baik.

Kata kunci: Business Matching, P2MW, Inkubator Bisnis, Ekosistem Wirausaha, Mahasiswa Wirausaha.

Abstract

This program aimed to strengthen the student entrepreneurship ecosystem through a business matching mechanism connecting tenant teams from the Student Entrepreneurship Development Program (P2MW) with industry partners. The activity engaged six P2MW teams and industry collaborators operating businesses aligned with the students' ventures and possessing substantial sector experience. The methodology employed a collaborative community partnership approach consisting of five phases: (1) coordination and activity preparation, (2) pitching preparation mentoring, (3) business matching implementation, (4) monitoring and evaluation, and (5) output and sustainability planning. The business matching sessions yielded concrete collaboration agreements, wherein industry partners agreed to provide supplementary technical guidance—such as cultivation techniques and formulation refinements for bakery products—act as the primary supplier of moringa leaf powder for a moringa biscuit venture, and establish marketing partnerships. Monitoring and evaluation were conducted through in-depth interviews with participating partners, revealing strong interest in collaborating with student-led ventures due to promising market viability. Based on structured interviews, 100% of the partners and student participants demonstrated enhanced comprehension of institutional partnership schemes. Based on these findings, it is recommended that higher education institutions and business incubators: (1) institutionalize business matching as a regular program accessible to all student entrepreneurs, including non-funded cohorts, and (2) integrate corporate industry practitioners as mentors to enhance long-term venture sustainability.

Keywords: *Business matching, P2MW, Business incubator, Entrepreneurship ecosystem, Student entrepreneurs*

Pesan Utama:

- Terciptanya sinergi rantai pasok dan transfer keahlian teknis antara praktisi industri dengan mahasiswa wirausaha melalui skema kemitraan strategis
- Integrasi praktisi industri ke dalam sistem inkubasi universitas terbukti mempercepat validasi bisnis dan kesiapan pasar bagi tenant mahasiswa
- Tingginya minat mitra industri terhadap bisnis mahasiswa menunjukkan bahwa kurasi produk melalui program P2MW telah memenuhi standar kebutuhan pasar retail dan industri.

Copyright (c) 2026 Authors.

Received: 13 May 2026
Accepted: 14 July 2026
Published: 01 November 2026

DOI: https://doi.org/10.56303/jppmi.v5i2.1462

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

GRAPHICAL ABSTRACT



PENDAHULUAN

Kewirausahaan menjadi salah satu aktivitas alternatif untuk mengurangi tingkat pengangguran. Dengan aktivitas Kewirausahaan, seseorang dapat menciptakan produk, jasa dan lapangan pekerjaan, setidaknya untuk dirinya sendiri. Karena pentingnya aktivitas Kewirausahaan, maka sekarang ini pemerintah mulai menggalakkan Kewirausahaan dan memasukkan Kewirausahaan dalam kurikulum, sehingga Kewirausahaan

menjadi mata Pelajaran maupun mata kuliah wajib. Hal ini menjadikan pendidikan kewirausahaan saat ini menjadi salah satu bagian yang penting dalam system pendidikan (Siregar et al., 2025). Pendidikan kewirausahaan diketahui memiliki pengaruh terhadap intensi kewirausahaan (Hafsah et al., 2023) (Bismala et al., 2025), orientasi kewirausahaan (Bismala et al., 2022), kompetensi kewirausahaan (Bismala, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan sangat penting karena merupakan pemicu berbagai sikap dan perilaku kewirausahaan.

Pada Tingkat perguruan tinggi, pemerintah memberikan dukungan terhadap aktivitas kewirausahaan, berupa pendanaan pada Program pembinaan mahasiswa wirausaha (P2MW). Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) adalah program yang diselenggarakan oleh Kemdiktisaintek untuk membantu mahasiswa mengembangkan usaha yang sudah memiliki prototipe atau telah berjalan. Berbagai dukungan diberikan oleh pihak internal universitas, dalam hal ini dilakukan oleh inkubator bisnis, untuk mengadakan berbagai *capacity building* untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan kewirausahaan. Pelatihan *skills* dan manajemen dilaksanakan untuk memberikan pengetahuan kewirausahaan, mendorong tumbuhnya motivasi berwirausaha, meningkatkan pemahaman manajemen (organisasi, produksi, keuangan, dan pemasaran) serta membuat rencana bisnis atau studi kelayakan usaha (Siregar et al., 2019). Proses dalam inkubator disebut sebagai inkubasi bisnis, yaitu mekanisme untuk membantu mendukung perusahaan startup untuk kelangsungan hidupnya dan pertumbuhan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif (Siregar et al., 2019).

Pendampingan yang telah dilakukan pada mahasiswa yang memperoleh pendanaan P2MW di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara meliputi pelatihan penyusunan Rencana Bisnis dan *Business Model Canvas,* pelatihan pemasaran digital, pelatihan manajemen keuangan, serta perizinan dan evaluasi kegiatan pelatihan (Siregar et al., 2025). Pendampingan juga dilakukan untuk menjalin kemitraan dengan berbagai pihak, seperti akademisi, pelaku bisnis, dan pemerintah, sebagai penanggung jawab percepatan bisnis (Bismala et al., 2020). Pusat Kewirausahaan, Inovasi dan Inkubator Bisnis (PUSKIIBI) merupakan incubator bisnis di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU), yang berkomitmen untuk menginkubasi tenant, baik usaha kecil menengah yang berasal dari dalam maupun luar UMSU. Salah satu pendampingan yang dilakukan adalah melakukan *business matching*, yang merupakan kegiatan yang difasilitasi inkubator untuk memperoleh akses ke pendanaan, akses pasar, dan teknologi melalui pencocokan bisnis, yang akan mempertemukan tenant dengan investor, bank, pemasok, distributor, pelanggan, dan komunitas (Bismala et al., 2020). *Business matching* atau pencocokan bisnis merupakan pendekatan sistematis untuk mengidentifikasi dan menghubungkan bisnis yang memiliki kepentingan atau kemampuan yang saling melengkapi, dengan tujuan utamanya menciptakan sinergi yang meningkatkan efisiensi operasional dan mendorong pertumbuhan bisnis (Taneo et al., 2014)(Syah & Rahmawaty, 2022). Program business matching sudah membuka jalan utama untuk membuat dua pihak dari peminat bisnis membentuk relasi satu sama lain, berkolaborasi dan mendapatkan benefit dari hal tersebut (Hotmauli & Syafganti, 2022). (Qibtiyah, 2024) melaporkan adanya Business Matching yang dilakukan berupa kurasi produk UMKM di Kabupaten Probolinggo, agar dapat bersaing di pasar retail modern bahkan ekspor, dengan memilih produk-produk berdasarkan keinginan pembeli dan standar kualitas produk.

Tim P2MW yang memperoleh pendanaan untuk pengembangan bisnis adalah: Analog Rice Soybean (bidang Makanan & minuman), Soluvia Ecostra (bidang Industry kreatif), Sakuya (bidang bisnis digital), Ecofeed (bidang manufaktur), Scylla Serrata (bidang budidaya), dan nutsibites (bidang makanan & minumam). Semua bisnis ini masih dalam tahap awal, sehingga pendampingan dilakukan pada semua aspek yang diperlukan, untuk mendukung pengembangan bisnis. Business matching perlu dilakukan mengingat tim sudah siap untuk menerima kemitraan dalam berbagai bentuk. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan akses pasar dan bahan baku bagi mahasiswa P2MW melalui skema *business matching* guna memperkuat keberlanjutan bisnis mereka.

METODE

Dalam kegiatan ini, metode yang digunakan adalah *Collaborative* / Kemitraan (*Community Partnership*), karena melibatkan kolaborasi antara *tenant*, calon mitra dan kampus (inkubator bisnis). *Tenant* merupakan pelaku usaha, yaitu kelompok mahasiswa wirausaha yang memperoleh pendanaan P2MW, calon mitra dalam hal ini adalah pelaku bisnis serupa yang telah mapan dan matang bisnisnya, yang dapat berperan sebagai calon investor, calon distributor maupun penyedia teknologi. Pihak kampus diwakili oleh inkubator bisnis, sebagai penyelenggara kegiatan *business matching*. Inkubator bisnis berperan dalam merancang mekanisme yang tepat untuk kesuksesan business matching ini.

Kegiatan ini melalui beberapa tahapan berikut:

1. Koordinasi dan Persiapan Kegiatan, dilakukan untuk menentukan aktivitas yang dapat membantu *tenant* mengembangkan bisnis, selain dari pelatihan-pelatihan, yang dilakukan pada 18-19 Juli 2025
2. Pendampingan persiapan pitching, dilakukan agar mahasiswa mempersiapkan pitching dengan baik. Pelaksanaan *business matching* untuk tim pemenang P2MW, agar dapat mengembangkan bisnisnya dengan berkolaborasi dengan berbagai pihak (mitra) yang terlibat, yang dilakukan pada 12-13 September 2025.
3. Business Matching, yang mempertemukan tim mahasiswa P2MW dan mitra, untuk mendiskusikan bentuk kemitraan yang sesuai, yang dilakukan pada 19 September 2025
4. Monitoring dan evaluasi. Monitoring dan evaluasi dilakukan dengan menggunakan wawancara mendalam pada mitra dan tim mahasiswa, untuk mengetahui manfaat, maupun kekurangan dari *business matching* yang sudah dilakukan. Hal ini dilakukan pada tanggal 1-2 Oktober 2025.
5. Output dan keberlanjutan, merupakan keberlanjutan dari kegiatan *business matching* yang dilakukan, yang merangkum apa saja kesepakatan yang terjadi yang menguntungkan semua pihak yang terlibat. Yang dilakukan pada tanggal 3-4 Oktober 2025.

Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Koordinasi dan Persiapan Kegiatan

PUSKIIBI selaku inkubator bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara merencanakan kegiatan pendampingan bagi tim pemenang P2MW, agar dapat mengembangkan bisnisnya, dengan berkolaborasi dengan

berbagai pihak yang terkait. Dalam tahap persiapan ini, PUSKIIBI merencanakan untuk melakukan kegiatan *business matching* sebagai salah satu bentuk *capacity building* tim P2MW, agar tim pemenang P2MW dapat mengembangkan bisnisnya dengan berkolaborasi dengan berbagai pihak (mitra) yang terlibat.

Perencanaan yang dilakukan meliputi identifikasi mitra yang akan diundang untuk berkolaborasi dengan tim-tim P2MW, menentukan mekanisme kegiatan *business matching,* jadwal serta persiapan tim yang akan mengikuti kegiatan *business matching.* Mitra yang direncanakan diundang dalam kegiatan business matching adalah: PT Moringa Jaya (produsen bubuk kelor), Batik Az Zahra Medan (produsen batik Medan), Markaz Creative (bisnis yang bergerak di bidang digital), Dian Aquatik (peternak ikan air tawar), CV Yuling Sejahtera (peternak iklan air tawar). Mitra dipilih karena memiliki kedekatan bidang bisnis dengan bisnis mahasiswa sehingga lebih mudah menemukan area Kerjasama. Berikut adalah profil singkat tim bisnis mahasiswa yang mengikuti business matching:

Table 1. Profil Singkat Bisnis Mahasiswa P2MW

Nama usaha mahasiswa	Kategori Usaha	Deskripsi produk
Analog Rice Soybean	Makanan & minuman	Beras analog berbahan dasar kedelai (soybean) yang dirancang sebagai alternatif pangan sehat pengganti beras konvensional dengan kandungan gizi yang lebih tinggi
Soluvia Ecostra	Industry kreatif, seni dan budaya	Produk fashion yang berbahan kain recycle, kombinasi motif Sumatera/ Nusantara (sesuai pilihan konsumen)
Sakuya	Bisnis digital	Aplikasi pembayaran digital
Ecofeed	Manufaktur	Mesin pencetak pelet ikan
Scylla Serrata	Budidaya	Budidaya kepiting bakau dalam apartemen
Nutsibites	Makanan & minuman	Camilan anak berbahan kelor untuk penanggulangan *stunting*

Tim memilih mitra yang memiliki bisnis yang sejalan dengan bisnis mahasiswa, menentukan jadwal dan segala persiapan yang diperlukan. Tabel 1 menunjukkan bidang bisnis yang dijalankan oleh mahasiswa, yang mayoritas masih dalam tahap awal, yang ditandai dengan bisnis dalam tahap validasi pasar (belum pernah/sedikit penjualan) dan beroperasi di bawah 6 bulan. Diharapkan business matching ini mampu membuka jalan utama untuk membuat dua pihak dari peminat bisnis membentuk relasi satu sama lain, berkolaborasi dan mendapatkan benefit dari hal tersebut (Hotmauli & Syafganti, 2022).



Gambar 2. Rapat Koordinasi dan Persiapan Kegiatan

Pendampingan persiapan pitching.

Sebelum melakukan business matching, tim mahasiswa didampingi dalam membuat materi pitching dan dilatih pitching dan negosiasi bisnis agar dapat meyakinkan calon mitra. Tim P2MW mempersiapkan materi

presentasi, flyer/brosur maupun produk yang dihasilkan. Hal ini bertujuan untuk meyakinkan mitra bahwa bisnis mahasiswa yang dijalankan memiliki prospek yang baik.



Gambar 3. Pendampingan persiapan pitching

Business Matching

Pemenang hibah P2MW dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang mengikuti kegiatan *business matching* terdiri dari 6 kelompok, dengan kategori usaha yaitu: bisnis digital; industry kreatif, seni dan budaya; makanan dan minuman; jasa, pariwisata dan perdagangan; manufactur & teknologi terapan. Adapun mitra yang diundang terdiri dari PT Moringa Jaya**,** Batik Az Zahra Medan**,** Markaz Creative**,** Dian Aquatik**,** dan CV Yuling Sejahtera. *Business matching* dilakukan pada 19 September 2025, di Aula Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Mekanisme *business matching* adalah tim P2MW duduk bersama dalam 1 meja bersama dengan calon mitra, di mana tim mempresentasikan bisnisnya dan bagaimana bentuk kemitraan yang diharapkan tim dan bagaimana bentuk kemitraan yang diharapkan mitra.



Gambar 3. Dokumentasi *Business Matching*

Monitoring dan evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam pada mitra yang mengikuti *business matching*, dan memperoleh informasi bahwa mereka sangat tertarik untuk bekerja sama dengan bisnis mahasiswa karena memiliki prospek yang cukup baik. Tim pelaksana memandang bahwa pelaksanaan *business matching* berhasil dilakukan, karena mitra menyatakan berminat untuk menjadi mitra dari beberapa tim P2MW, di samping itu mitra juga memberikan masukan kepada tim P2MW tentang pengembangan bisnis, karena merupakan pelaku bisnis yang sudah berpengalaman. Evaluasi juga dilakukan kepada mahasiswa yang mengikuti business matching, dan diperoleh informasi bahwa mereka sangat antusias dengan business matching yang dilakukan serta bentuk kemitraan yang mungkin dapat diwujudkan, sesuai dengan tujuan utamanya menciptakan sinergi yang meningkatkan efisiensi operasional dan mendorong pertumbuhan bisnis (Taneo et al., 2014)(Syah & Rahmawaty, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa Program business matching sudah membuka jalan utama untuk membuat dua pihak dari peminat bisnis membentuk relasi satu sama lain, berkolaborasi dan mendapatkan benefit dari hal tersebut (Hotmauli & Syafganti, 2022).



Gambar 4. Dokumentasi Monitoring dan Evaluasi

Output dan keberlanjutan, merupakan keberlanjutan dari kegiatan *business matching* yang dilakukan, yang merangkum apa saja kesepakatan yang terjadi yang menguntungkan semua pihak yang terlibat. Berikut adalah daftar nama bisnis tim mahasiswa, mitra dan bentuk kemitraan:

Tabel 2. Daftar Nama Bisnis Tim Mahasiswa, Mitra Dan Bentuk Kemitraan Yang Disepakati Dalam Business Matching

Nama Mitra	Nama usaha mahasiswa	Kategori Usaha	Bentuk Kerja Sama	Keterlibatan Mitra	Hasil & Keberlanjutan Kemitraan
PT Moringa Jaya	Analog Rice Soybean dan Nutsibites	Makanan & minuman	Supplier dan distributor	Relasi bisnis Mitra Usaha	Terciptanya kemitraan dengan tenant dalam hal penyediaan bahan baku dan pemasaran
Batik Az Zahra Medan	Soluvia Ecostra	industry kreatif, seni dan budaya	Supplier dan distributor	Relasi bisnis Mitra Usaha	Terciptanya kemitraan dengan *tenant* dalam hal penyediaan bahan baku dan pemasaran
Markaz Creative	Sakuya	Bisnis digital	Developer dan marketing	Relasi bisnis Mitra Usaha	Terciptanya kemitraan dengan *tenant* dalam hal pengembangan

Nama Mitra	Nama usaha mahasiswa	Kategori Usaha	Bentuk Kerja Sama	Keterlibatan Mitra	Hasil & Keberlanjutan Kemitraan
					aplikasi dan pemasaran
Dian Aquatik	Ecofeed	manufaktur	Buyer dan dsitributor	Relasi bisnis Mitra Usaha	Terciptanya kemitraan dengan *tenant* dalam hal pemasaran produk
CV Yuling Sejahtera	Scylla Serrata	Budidaya	Buyer dan dsitributor	Relasi bisnis Mitra Usaha	Terciptanya kemitraan dengan *tenant* dalam hal pemasaran produk

Tabel 2 menunjukkan bahwa kemitraan yang dibangun terutama berfokus pada pemasaran produk dan penediaan bahan baku, sehingga diharapkan tim bisnis mahasiswa mampu mempertahankan keberlanjutan bisnisnya.

KESIMPULAN

Kegiatan business matching diikuti oleh 6 tim P2MW, mitra yang memiliki bisnis yang sejalan dengan tim dan sudah berpengalaman di bidangnya. Berdasarkan diskusi yang dilakukan antara tenant dan mitra disepakati bahwa mitra akan memberikan pendampingan tambahan pada tim, seperti teknis budidaya, teknis pembuatan kue agar menjadi lebih enak, di samping itu mitra juga bersedia untuk menjadi pemasok utama bahan baku bubuk kelor untuk tim produsen biskuit kelor, maupun memberikan pendampingan bisnis. Business matching ditindaklanjuti dengan melakukan diskusi lanjutan oleh incubator untuk meminta kejelasan kemitraan yang telah disepakati, dalam bentuk perjanjian. Kemitraan ini tentunya akan memberikan dampak positif bagi tenant. Saran yang dapat diberikan adalah hendaknya business matching yang dilakukan inkubator tidak terbatas pada mahasiswa yang memperoleh pendanaan P2MW saja, namun semua bisnis yang dijalankan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, sehingga benar-benar mampu menguatkan ekosistem kewirausahaan di lingkungan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

PENDANAAN

Pengabdian kepada Masyarakat ini didanai oleh Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara , mitra kegiatan, yaitu: PT Moringa Jaya, Batik Az Zahra Medan, CV Yuling Sejahtera, Dian Aquatik, atas kesediaan menjadi mitra strategis dalam kegiatan business matching ini.

KONFLIK KEPENTINGAN

Para penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan.

DAFTAR PUSTAKA

Bismala, L. (2021). The Role of Entrepreneurship Education in Improving Student Competency. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, *10*(1), 35–42.

Bismala, L., Andriany, D., & Siregar, G. (2020). Development strategy analysis of technology business incubator in small medium enterprises accompaniment. *Journal of Critical Reviews*, *7*(1), 221–225. https://doi.org/10.31838/jcr.07.01.39

Bismala, L., Handayani, S., & Isro'iyah, L. (2025). The Moderating Role Of Entrepreneurship Education In

Increasing Entrepreneurial Intentions. *International Proceeding Universitas Tulungagung*, 58–68.

Bismala, L., Manurung, Y. H., Andriany, D., & Siregar, G. (2022). How Entrepreneurial Education Promote Medical Students Entrepreneurial Orientation. *Journal of Educational Research and Evaluation*, *6*(4), 696–703.

Hafsah, Bismala, L., Handayani, S., Safina, L., & Siregar, G. (2023). Peranan Pendidikan Kewirausahaan Dalam Menumbuhkan Intensi Kewirausahaan Mahasiswa. *Pro Bisnis*, *16*(2), 75–89.

Hotmauli, R., & Syafganti, I. (2022). Proses Business matching dalam Pameran Franchise and License Expo Indonesia 2018. *Bisnis Event*, *3*(9), 6–10.

Qibtiyah, D. B. (2024). Kurasi Produk UMKM Kabupaten Probolinggo dalam Meningkatkan Daya Saing di Pasar Retail Modern. *GUYUB: Journal of Community Engagement*, *5*(3), 691–708.

Siregar, G., Andriany, D., & Bismala, L. (2019). Program Inkubasi Bagi Tenant Inwall Di Pusat Kewirausahaan, Inovasi Dan Inkubator Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Seminar Nasional Kewirausahaan*, *1*(1), 45–51. http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3578

Siregar, G., Bismala, L., Andriany, D., Arda, M., Handayani, S., Putra, Y. A., & Hasibuan, L. S. (2025). PROGRAM PEMBINAAN KEWIRAUSAHAAN. *MARTABE : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *8*(9), 3686–3691.

Syah, F., & Rahmawaty, A. E. (2022). Strategi Perancangan Online Business matching pada Event Indonesia & Taiwan Business day. *Jurnal Bisnis Event*, *3*(9), 11–16.

Taneo, S. Y. M., Noya, S., Melany, & Widyaningrum, S. (2014). *Business Matching: Strategi UMKM Menembus Pasar Internasional*. Deepublish.