

MODEL PELATIHAN PEMASARAN BAGI MAHASISWA DISABILITAS PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

Sigit Yudhanarto

Universitas Sahid, Indonesia

Email: syudhanarto@gmail.com

Abstrak

Partisipasi penyandang disabilitas dalam dunia kerja masih rendah meskipun hak mereka telah diatur dalam undang-undang. Pada tahun 2022, tingkat partisipasi hanya mencapai 0,53%, jauh di bawah target 1% di sektor swasta dan 2% di sektor pemerintah. Hambatan internal dan eksternal menjadi faktor utama yang menghambat adaptasi dan daya saing penyandang disabilitas di sektor formal. Wirausaha dianggap sebagai pilihan profesi yang lebih realistis. Politeknik Negeri Jakarta merespons kebutuhan ini dengan membuka Program Studi Manajemen Pemasaran khusus bagi mahasiswa disabilitas, yang diarahkan untuk menjadi tenaga penjual, administrasi penjualan, pemasaran digital, dan wirausaha. Namun, dalam perkuliahan, mahasiswa disabilitas menghadapi kendala dalam memahami materi dan praktik. Tracer Study menunjukkan hanya 8% lulusan yang menjadi wirausaha. Penelitian ini bertujuan merancang model pelatihan pemasaran yang efisien dan aplikatif untuk meningkatkan keterampilan mahasiswa disabilitas. Metode yang digunakan adalah deskriptif analisis kuantitatif melalui survei skala Likert terhadap 61 responden yang terdiri dari mahasiswa dan dosen. Hasil penelitian menunjukkan kebutuhan akan model pelatihan yang lebih praktis dan berbasis pengalaman langsung. Kesimpulannya, pengembangan model pelatihan yang adaptif dapat meningkatkan partisipasi mahasiswa disabilitas dalam dunia kerja dan wirausaha. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya dukungan institusi pendidikan dalam menyediakan pelatihan yang inklusif dan berkelanjutan.

Kata kunci: model pelatihan, mahasiswa disabilitas, pekerja

Abstract

The participation of people with disabilities in the workforce remains low despite legal protections. In 2022, participation rates reached only 0.53%, falling short of the 1% target in the private sector and 2% in the government sector. Internal and external barriers are the primary factors limiting the adaptability and competitiveness of individuals with disabilities in formal employment. Entrepreneurship is seen as a more realistic career option. Politeknik Negeri Jakarta addressed this issue by establishing a Marketing Management Study Program specifically for students with disabilities, aiming to prepare graduates for roles in sales, administration, digital marketing, and entrepreneurship. However, students with disabilities face challenges in understanding course material and practical sessions. A Tracer Study revealed that only 8% of graduates became entrepreneurs. This study aims to design an efficient and applicable marketing training model to enhance the skills of students with disabilities. The research employs a quantitative descriptive analysis method through Likert scale surveys involving 61 respondents, including students and lecturers. Findings highlight the need for more practical, experience-based training models. In conclusion, developing adaptive training models can enhance the participation of students with disabilities in the workforce and entrepreneurship. This research emphasizes the importance of institutional support in providing inclusive and sustainable training programs.

Keywords: *training model, students with disabilities, worker*

Pendahuluan

Total jumlah penduduk dunia menurut data Worldometers saat ini telah mencapai 8,05 miliar jiwa pada tanggal 28 Juli 2023, dimana Indonesia menempati posisi ke-4 dunia dengan jumlah penduduk sebesar 277,7 juta jiwa. Dari data World Health Organization (WHO) menyatakan bahwa dari keseluruhan jumlah penduduk di dunia terdapat sekitar 1,3 miliarnya adalah penyandang disabilitas, artinya sebanyak 16% penduduk didunia adalah penyandang disabilitas dengan berbagai macam kondisi yang mereka sandang. Sementara jumlah penyandang disabilitas di Indonesia pada tahun 2022 telah mencapai sekitar 22,5 juta jiwa, sehingga saat ini penyandang disabilitas di Indonesia sudah sekitar 8,1% dari total penduduk di Indonesia (Arie, 2022; Badan Pusat Statistik, 2022; Mauludi & Pawestri, 2022).

Individu dengan kedisabilitasan merupakan individu yang memang memiliki kemampuan yang terbatas atau kekhususan, sehingga pemerintah diseluruh dunia pastinya juga memiliki kebijakan khusus yang berkaitan dengana warganya yang memiliki kedisabilitasan. Seperti juga di Indonesia, pemerintah berusaha memberikan atau melindungi hak hak warganya yang memiliki kedisabilitasan. Bentuk perlindungan dari pemerintah yaitu dibuatnya Undang Undang Hak Penyandang Disabilitas, disana terdapat 22 hak penyandang disabilitas yang harus dilindungi, salah satunya adalah hak untuk memperoleh pekerjaan (Undang Undang No. 8, Tahun 2016, pasal 5) (Dwintari, 2021; Irfadat & Nurlaila, 2021). Isi dari undang undang tersebut meminta kepada seluruh penyedia kerja dari sektor pemerintah dan BUMN wajib mempekerjakan minimal 2% penyandang disabilitas dari total jumlah karyawan yang diterima bekerja. Sedangkan penyedia kerja di sektor swasta (perusahaan swasta) diwajibkan mempekerjakan paling sedikit 1% penyandang disabilitas dari jumlah total karyawan yang bekerja disana. (Undang Undang no. 8 tahun 2016, Pasal 53, ayat 1 dan 2). Namun kenyataannya tingkat partisipasi kerja penyandang disabilitas di indonesia dinilai masih rendah, hanya mencapai 0,53% yaitu 720.748 jiwa dari jumlah seluruh penduduk indonesia yang sudah bekerja dan sekitar 131,05 juta jiwa pada tahun lalu (Badan Pusat Statistik, 2022). Artinya target penyerapan tenaga kerja penyandang disabilitas di sektor formal belum tercapai atau tidak sesuai harapan (Blackmore et al., 2014; Couzens et al., 2015; Febrianti et al., 2023).

Masih rendahnya tingkat penyerapan penyandang disabilitas didalam dunia kerja khususnya di Indonesia disebabkan oleh dua faktor penghambat, yaitu (1) Faktor eksternal (stigma negatif masyarakat & pencari kerja) dan (2) Faktor internal (kepercayaan diri & penyesuaian diri), dengan dua faktor kendala tersebut menjadikan mereka sulit diterima bekerja di industri (sektor formal), sehingga dunia usaha atau wirausahalah yang lebih tepat sebagai pilihan profesi dalam karirnya (Purwanta & Dan Hulfah, 2018; Supriyanta & Al Muttaqien, 2023).

Semua kendala tersebut jelas membuat sulit bagi individu dengan kedisabilitasan beradaptasi dengan pekerjaannya dan sulit bersaing dengan rekan rekan normal lainnya didalam dunia kerja formal, oleh sebab itu menjadi wirausahalah yang menjadi pilihan karirnya yang lebih tepat dan bahkan lebih menguntungkan bagi individu dengan disabilitas (Syafri, 2021; Tamsuri, 2022). Kemudian data lain yang juga menunjukkan wirausaha adalah pilihan sebagian besar bagi individu dengan kedisabilitasan terdapat pada data grafik dibawah ini:



Gambar 1. Grafik Proporsi Penduduk Bekerja dengan Disabilitas Menurut Status Pekerja di Indonesia (2021-2022)

Sumber : databoks.katadata.co.id

Data grafik diatas terlihat bahwa presentase pekerja disabilitas dengan status berusaha sendiri (berwirausaha) pada tahun 2022 mencapai nilai tertinggi yaitu 0.81%. (databoks.katadata.co.id, 2023). Sehingga jelas bahwa individu dengan disabilitas lebih banyak memilih karir dalam hidupnya sebagai pekerja sendiri (wirausaha) dibanding pilihan karir lainnya. Hampir semua pelaku usaha yang ada walau mereka sudah menjalankan usahanya dengan baik, namun tetap membutuhkan tambahan ilmu pengetahuan (skill) dalam menjalankan usahanya, baik dengan cara mencari informasi mandiri melalui internet, mengikuti kursus sampai mengikuti pendidikan formal, apalagi jika pelaku usaha tersebut adalah dari kalangan individu dengan kedisabilitasannya, mereka wajib atau harus membekali dirinya dengan ilmu pengetahuan yang lebih dibidang usaha seperti ilmu pemasaran, tujuannya agar mereka memiliki kemampuan dan kepercayaan diri yang lebih juga agar berani bersaing dengan pelaku usaha lainnya di pasar persaingan sempurna.

Banyak cara atau jalur untuk mendapatkan pembekalan ilmu pemasaran atau ilmu yang mempersiapkan individu agar mampu dan berani terjun didunia usaha salah satunya melalui jalur pendidikan formal dari tingkat pendidikan menengah sampai perguruan tinggi (Rahayu & Dwijayanti, 2023; Romansyah & Andi Dewi Riang Tati, 2024). Salah satunya seperti pada kampus Politeknik Negeri Jakarta, institusi ini pada tahun 2013 telah mendapatkan ijin penyelenggaraan D3 Manajemen Pemasaran bagi Warga Negara Berkebutuhan Khusus (individu dengan kedisabilitasannya), dimana dalam proses pembelajarannya dilaksanakan dengan kurikulum khusus yang bertujuan agar mereka nantinya mampu mandiri dan memiliki kemampuan softskill dan hardskill dalam bidang pemasaran dan wirausaha. Didalam website Politeknik Negeri Jakarta dalam sub Program Studi Manajemen Pemasaran tertuang profile kelulusan yang diharapkan oleh Program Studi adalah sebagai tenaga penjual barang dan jasa, administrasi penjualan, tenaga pemasaran digital dan wirausaha. Agar harapan itu tercapai maka didalam kurikulum sudah disesuaikan (modifikasi) berdasarkan kekhususan atau keterbatasan dari mahasiswa itu sendiri.

Meskipun berbagai macam pembelajaran dan pelatihan sudah diberikan, namun hasil tetap kurang memuaskan, karena masih banyak para mahasiswa dengan disabilitas tersebut mengalami kesulitan dalam memahami materi baik teori maupun praktek, sehingga sebagian besar dari mereka terlihat belum mampu dan belum percaya diri untuk terjun didunia pemasaran sebagai wirausahawan. Kenyataan tersebut tersurat dalam data Tracer Study yang didapatkan dari Unit Penunjang Akademik (UPA) Pengembangan Karir dan Kewirausahaan, Politeknik Negeri Jakarta, dimana disebutkan bahwa dari seluruh kelulusan mahasiswa Program Studi Manajemen Pemasaran sebanyak 21 orang telah melaporkan kegiatan pasca kelulusan dan hasilnya terdapat 12 orang lulusan yang sudah bekerja dan sisanya 9 orang lulusan tidak bekerja atau sedang melanjutkan sekolah. Kemudian dari 12 lulusan yang bekerja hanya 1 orang atau 8,33 % yang berwirausaha dan sisanya 11 lulusan (91,66%) bekerja diperusahaan walaupun mayoritas berstatus magang atau masih dalam masa percobaan.

Dari data tersebut menggambarkan masih sulitnya atau belum berminatnya para lulusan dari Program Studi Manajemen Pemasaran bagi Warga Negara Berkebutuhan Khusus di Politeknik Negeri Jakarta untuk terjun dibidang pemasaran sebagai wirausaha. Kesulitan dari para mahasiswa disabilitas dalam memahami suatu materi pembelajaran atau pelatihan sangatlah wajar jika kita merujuk atau melihat dari rata rata nilai IQ (Intelligence Quotient) para mahasiswa disabilitas yang berkuliah disana yaitu sekitar 70-80, maka dalam skala wechsler batasan dalam nilai tersebut termasuk intelektual ringan atau borderline dan rujukkan lain bahwa individu yang memiliki nilai skor IQ dibawah 70 dikategorikan sebagai disabilitas intelektual ringan, (Pedoman Penggolongan dan Diagnosis Gangguan Jiwa, PPDGJ). Para mahasiswa tersebut memang masih mampu melakukan aktivitas dasar seperti berinteraksi dengan orang lain, menggunakan transportasi umum, bersosialisasi dan belajar, namun dalam kemampuan belajar mereka sebagai mahasiswa disabilitas intelektual masih merasa sulit dalam memahami hal hal yang rumit dan kesulitan dalam menganalisa suatu masalah, sehingga dari ketebatasan tersebut mereka individu dengan kedisabilitas intelektual perlu mendapatkan bimbingan dan model belajar khusus agar mereka tidak kesulitan lagi (lebih mudah) dalam memahami materi baik teori maupun praktek. Didalam penelitian ini akan dirancang suatu model pelatihan pemasaran yang sesuai dengan kondisi kedisabilitas dari para mahasiswa yang berkuliah di Politeknik Negeri Jakarta Program Studi Manajemen Pemasaran, sehingga diharapkan mereka akan mampu memahami dan menerapkan teori pemasaran secara optimal dari apa yang diberikan dalam perkuliahan. Penelitian ini bertujuan merancang model pelatihan pemasaran yang efisien dan aplikatif untuk meningkatkan keterampilan mahasiswa disabilitas.

Metode Penelitian

Metode Penelitian ini menggunakan metode diskriptif analitik (Sugiyono, 2023) yang akan menjelaskan tentang model dan isi rancangan model pelatihan pemasaran yang akan diterapkan kepada mahasiswa disabilitas Program Studi Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Jakarta. Dalam pengambilan datanya menggunakan data primer dan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara pemberian angket (kuesioner). Teknik pengumpulan atau pengambilan data (sampel) dengan metode sensus hal tersebut dilakukan karena jumlah populasi (subjek penelitian) dibawah 100 orang dan dalam tesis ini hanya sebanyak 61 orang.

Jenis penelitian dalam tesis ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi (sampel)

tertentu dan penelitian deskriptif akan menggambarkan fenomena yang terjadi secara realistis dan kekinian, karena penelitian ini terdiri dari membuat uraian, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan sesuai fakta.

Tujuan penulisan dari tesis ini adalah untuk menemukan dan menganalisa rancangan model dan isi pelatihan pemasaran yang bisa diterapkan kepada mahasiswa disabilitas Program Studi Manajemen Pemasaran di Politeknik Negeri Jakarta.

Hasil dan Pembahasan

Untuk mempermudah dalam membaca dan memahami tabel skor dari hasil penilaian responden (terdapat dalam kolom keterangan dibawah) maka akan disesuaikan seperti jawaban skor 5 untuk Sangat Setuju (SS) menjadi Sangat Penting (SP), jawaban skor 4 untuk Setuju (S) menjadi Penting (P), jawaban skor 3 untuk Netral (N) menjadi Sedang (S), kemudian skor 2 untuk Tidak Setuju (TS) menjadi Tidak Penting (TP) dan jawaban skor 1 Sangat Tidak Setuju (STS), menjadi Sangat Tidak Penting (STP)

Berikut hasil statistik deskriptif yang diperoleh dari pengolahan SPSS versi 27 dengan total responden sebanyak 61 orang. Berikut hasilnya :

Tabel 1. Penilaian Responden Terhadap Dimensi Pelatihan Pemasaran (berdasarkan 3 ukuran tendensi sentral)

NO	Mean (Nilai Rata –Rata)		Median (Nilai Tengah)		Modus (Nilai Sering Muncul)	
	Dimensi	Nilai	Dimensi	Nilai	Dimensi	Nilai
1	Sarana Pelatihan	4,55	Sarana Pelatihan	4,83	Sarana Pelatihan	5
2	Peserta Pelatihan	4,47	Peserta Pelatihan	4,75	Peserta Pelatihan	5
3	Materi/Isi Materi	4,43	Materi/Isi Materi	4,5	Materi/Isi Materi	5
4	Metode Penyelenggaraan	4,40	Metode Penyelenggaraan	4,5	Metode Penyelenggaraan	4,66
5	Evaluasi Pelatihan	3,99	Evaluasi Pelatihan	4,00	Evaluasi Pelatihan	4
6	Kualitas Pemateri/Instruktur	3,75	Kualitas Pemateri/Instruktur	3,66	Kualitas Pemateri/Instruktur	3,5
	Nilai Rata Rata	4,26	Nilai Rata Rata	4,37	Nilai Rata Rata	4,52

Sumber: Olahan Data Primer (terlampir)

Berikut penilaian indikator dari setiap dimensi yang sudah diurutkan berdasarkan dari ketiga nilai ukuran tendensi sentral dari nilai rata rata tertinggi sampai terendah :

Dimensi Sarana Pelatihan

Berikut urutan data indikator dari dimensi Sarana Pelatihan dari tingkatan yang sangat perlu diberikan (nomer 1) sampai dengan keperluan yang terendah dalam merancang model pelatihan pemasaran:

- 1) Sarana pelatihan harus nyaman
- 2) Memberikan sarana tempat simulasi praktek penjualan
- 3) Memberikan / menyiapkan sarana penunjang lain selain ruangan
- 4) Sarana pelatihan diluar dari kampus untuk menambah pengalaman
- 5) Strategi belajar dengan tempat / nuansa belajar yang baru
- 6) Meningkatkan kualitas sarana pelatihan yang sudah ada

Dimensi Peserta Pelatihan

Berikut urutan data indikator dari dimensi Peserta Pelatihan dari tingkatan yang sangat perlu diberikan (nomor 1) sampai dengan keperluan yang terendah dalam merancang model pelatihan pemasaran:

- 1) Peserta harus mematuhi peraturan dalam pelatihan
- 2) Peserta pelatihan harus memiliki komitmen dan kepercayaan diri untuk sukses
- 3) Peserta bebas lintas kelas sosial dan keterbatasan
- 4) Peserta pelatihan adalah orang yang tertarik dalam bidang pemasaran

Dimensi Materi/Isi Materi

Berikut urutan data indikator dari dimensi Materi/Isi Materi dari tingkatan yang sangat perlu diberikan (nomor 1) sampai dengan keperluan yang terendah dalam merancang model pelatihan pemasaran:

- 1) Materi mudah diplikasikan/diterapkan
- 2) Materi mudah dipahami dan dimengerti
- 3) Materi sesuai kebutuhan peserta
- 4) Materi bisa sebagai panduan dalam simulasi praktek
- 5) Bobot materi mempengaruhi durasi pelatihan
- 6) Materi disesuaikan dari gambaran (profile) peserta

Dimensi Metode Penyelenggaraan

Berikut urutan data indikator dari dimensi Metode Penyelenggaraan dari tingkatan yang sangat perlu diberikan (nomor 1) sampai dengan keperluan yang terendah dalam merancang model pelatihan pemasaran:

- 1) Harus membuat peserta merasa senang
- 2) Membuat peserta antusias dan mau berinteraksi
- 3) Adanya pendampingan (mentor) saat pelatihan
- 4) Bootcamp adalah program pelatihan yang efektif dan aplikatif bagi mahasiswa disabilitas MP-PNJ
- 5) Agar tidak monoton lokasi pelatihan bisa diluar kampus
- 6) Durasi pelatihan bisa lebih dari 1 hari

Dimensi Evaluasi Pelatihan

Berikut urutan data indikator dari dimensi Evaluasi Pelatihan dari tingkatan yang sangat perlu diberikan (nomor 1) sampai dengan keperluan yang terendah dalam merancang model pelatihan pemasaran:

- 1) Evaluasi pasca pelatihan penting diberikan
- 2) Tujuan evaluasi untuk meningkatkan mutu pelatihan
- 3) Tujuan evaluasi untuk melihat tingkat pemahaman peserta
- 4) Tujuan evaluasi untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan
- 5) Model evaluasi Pre Test dan Post Test
- 6) Peserta pelatihan tidak wajib mengisi evaluasi

Dimensi Kualitas Pemateri/instruktur

Berikut urutan data indikator dari dimensi Kualitas Pemateri / Instruktur dari tingkatan yang sangat perlu diberikan (nomor 1) sampai dengan keperluan yang terendah dalam merancang model pelatihan pemasaran:

- 1) Pemateri berkualitas dinilai dari riwayat pendidikannya juga

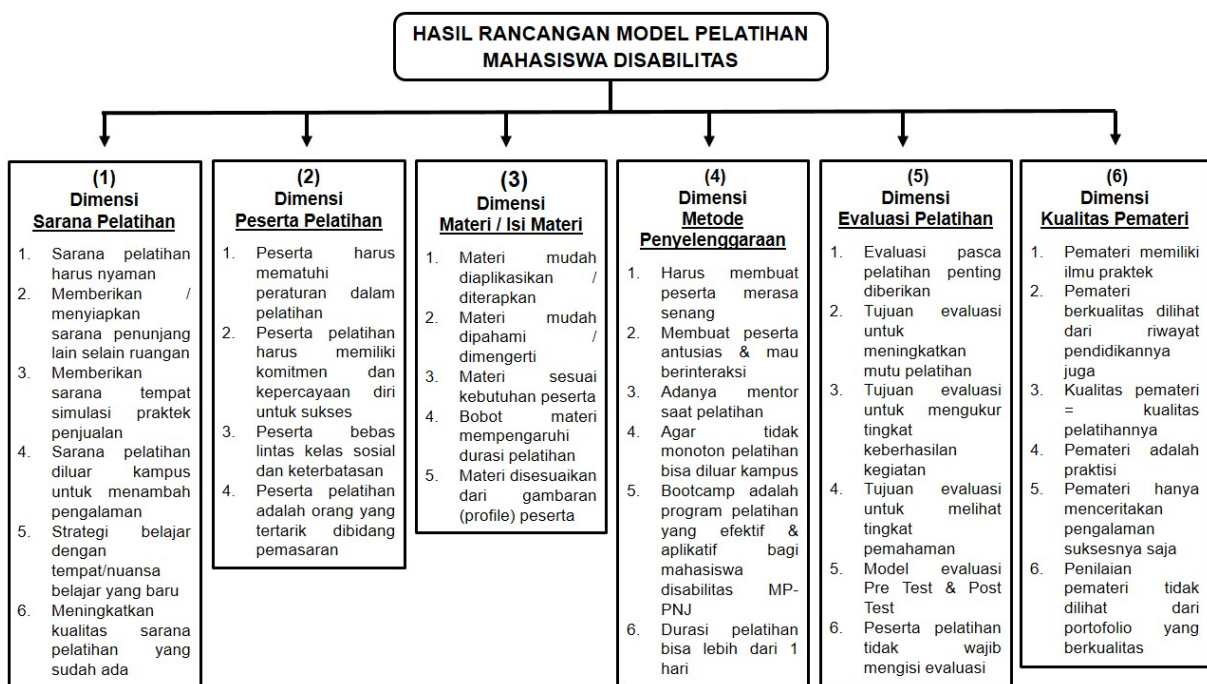
- 2) Pemateri memiliki ilmu praktek
- 3) Kualitas pemateri sebanding dengan kualitas pelatihannya
- 4) Pemateri adalah praktisi
- 5) Pemateri hanya menceritakan pengalaman suksesnya saja
- 6) Penilaian pemateri tidak dilihat dari portofolio yang berkualitas

Dari ke enam dimensi diatas, dapat terlihat nilai tertinggi dan terendah dalam pembentukkan atau merancang model pelatihan pemasaran. Berikut urutan dimensi yang terpenting (nomer 1) sampai dimensi yang paling tidak penting (nomer 5):

- 1) Dimensi Sarana Pelatihan (nilai rata rata mean 4,55)
- 2) Dimensi Peserta Pelatihan (nilai rata rata mean 4,47)
- 3) Dimensi Materi/Isi Materi (nilai rata rata mean 4,43)
- 4) Dimensi Metode Penyelenggaraan (nilai rata rata mean 4.40)
- 5) Dimensi Evaluasi Pelatihan (nilai rata rata mean 3,99)
- 6) Dimensi Kualitas Pemateri/instruktur (nilai rata rata mean 3,75)

Hasil Rancangan Model Pelatihan

Dari hasil penilaian responden dan analisa data yang sudah dideskripsikan sebelumnya, maka didapatkan hasil rancangan model dan isi pelatihan pemasaran yang bisa diterapkan kepada mahasiswa disabilitas Program Studi Manajemen Pemasaran, Politeknik Negeri Jakarta yaitu sebagai berikut:



Gambar 2. Bagan Hasil Rancangan Model Pelatihan Pemasaran Bagi Mahasiswa Disabilitas Prodi MP – PNJ

Sumber: Pengelolaan Data Oleh Peneliti (2024)

Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian yakni; (1) Dimensi yang sangat penting atau sangat kuat pengaruhnya didalam merancang model pelatihan pemasaran adalah dimensi Sarana Pelatihan dengan indikator: sarana harus nyaman bagi peserta, meyiapkan sarana

penunjang juga selain tempat, adanya sarana/ tempat simulasi praktek dan lokasi tempat pelatihan bisa dilakukan diluar agar peserta mendapatkan pengalaman baru dalam belajar. (2) Dimensi terpenting kedua adalah dimensi Peserta Pelatihan, dengan indikator: adanya peraturan dalam pelatihan yg harus diikuti peserta, peserta harus memiliki komitmen dan kepercayaan untuk sukses dan peserta bisa dilakukan oleh siapa saja tanpa terkecuali. (3) Dimensi terpenting ke tiga dalam menyusun atau merancang model pelatihan pemasaran adalah dimensi Materi/ Isi materi pelatihan, dengan indikator : materi pelatihan harus mudah diaplikasikan, pembuatan materi harus mudah dipahami peserta dan materi sesuai kebutuhan peserta. Dan (4) Dimensi terpenting ke empat dalam menyusun model pelatihan pemasaran adalah Metode Penyelenggaraan, dengan indikator: metode pelatihan bisa membuat peserta senang mengikutinya, mampu membuat peserta antusias dan aktif, adanya mentor selama pelatihan dan agar tidak monoton/ bosan pelaksanaan pelatihan bisa dilakukan diluar kampus. Selanjutnya, sementara dua dimensi terakhir yaitu evaluasi pasca pelatihan dan kualitas pemateri merupakan dimensi yang dinilai tidak sangat penting untuk dimasukkan dalam proses merancang model pelatihan pemasaran,

BIBLIOGRAFI

- Arie, A. D. N. (2022). Penyandang disabilitas, Antara hak dan kewajiban. *Jurnal Generasi Tarbiyah: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 92–100.
- Badan Pusat Statistik. (2022). Badan Pusat Statistik (BPS) 2022. *Statistik Indonesia 2022, 1101001*.
- Blackmore, C., Austin, J., Lopushinsky, S. R., & Donnon, T. (2014). Effects of Postgraduate Medical Education “Boot Camps” on Clinical Skills, Knowledge, and Confidence: A Meta-Analysis. *Journal of Graduate Medical Education*, 6(4). <https://doi.org/10.4300/jgme-d-13-00373.1>
- Couzens, D., Poed, S., Kataoka, M., Brandon, A., Hartley, J., & Keen, D. (2015). Support for Students with Hidden Disabilities in Universities: A Case Study. *International Journal of Disability, Development and Education*, 62(1). <https://doi.org/10.1080/1034912X.2014.984592>
- Dwintari, J. W. (2021). Aksesibilitas Penyandang Disabilitas dalam Pemilihan Umum di Indonesia. *JISIP UNJA (Jurnal Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Jambi)*, 5(1). <https://doi.org/10.22437/jisipunja.v5i1.4235>
- Febrianti, N., Wahyuni, S., & Muliana, M. (2023). Pengaruh Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Rotating Trio Exchange Dalam Pembelajaran Biologi Terhadap Kemampuan Metakognitif Dan Hasil Belajar Siswa Sma Negeri 13 Bone. *Paedagogia : Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Kependidikan*, 14(4).
- Irfadat, T., & Nurlaila, N. (2021). Dimensi Pelayanan Publik Potret Ironi Fasilitas Bagi Penyandang Disabilitas Pada Kantor Camat Sape Kabupaten Bima. *Jurnal Ilmiah Tata Sejuta STIA Mataram*, 7(1). <https://doi.org/10.32666/tatasejuta.v7i1.183>
- Mauludi, F., & Pawestri, A. (2022). Pertanggung Jawaban Negara Dalam Pemenuhan Hak Penyandang Disabilitas Menurut Hukum Internasional. *Inicio Legis*, 3(1), 73–90.
- Purwanta, E., & Dan Hulifah. (2018). Application of e-marketing in entrepreneurship learning for student with intellectual disability. *Cakrawala Pendidikan*, 37(3). <https://doi.org/10.21831/cp.v38i3.21747>

- Rahayu, E., & Dwijayanti, R. (2023). Pengaruh Praktik Unit Business Centre Alfa Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas X Bisnis Daring dan Pemasaran dengan Self Efficacy Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 92–104.
- Romansyah, M. I., & Andi Dewi Riang Tati, J. (2024). Hubungan Mata Kuliah Kewirausahaan dengan Minat Wirausaha Mahasiswa (Studi Kasus Di Universitas Yang Ada Di Kota Makassar). *YUME: Journal of Management*, 7(3), 1483–1501.
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kualitatif (Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif). *CV. Alfabeta*.
- Supriyanta, S., & Al Muttaqien, H. Z. (2023). Program Aplikasi Bootcamp Online Dengan Metode Waterfall. *Bianglala Informatika*, 11(1). <https://doi.org/10.31294/bi.v11i1.13965>
- Syafril. (2021). Pelatihan Manajemen Pemasaran Produk Unggulan Kecamatan Marabahan Barito Kuala Provinsi Kalimantan Selatan. *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, 10(1).
- Tamsuri, A. (2022). Literatur Review Penggunaan Metode Kirkpatrick untuk Evaluasi Pelatihan di Indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(8).

Copyright holder:

Sigit Yudhanarto (2025)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

