

**EVALUASI PEMBELAJARAN MATA KULIAH MANAJEMEN USAHA BARU
(STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA ANGKATAN 2016 UNIVERSITAS
TELKOM)**

***EVALUATION OF LEARNING COURSES NEW BUSINESS MANAGEMENT (STUDI
ON STUDENTS MANAGEMENT BUSINESS TELECOMMUNICATION AND INFORMATICS
2016 TELKOM UNIVERSITY)***

Muhammad Irfan Firdaus¹, Dr. Astri Ghina, S.Si., M.S.M.²

Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Telkom

¹mirfanfirdaus@students.telkomuniversity.ac.id, ²aghina@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Universitas Telkom adalah perguruan tinggi swasta yang menjadikan entrepreneur sebagai salah satu bagian yang tidak terpisahkan dari suatu proses pendidikan, untuk memenuhi Rencana Induk Pengembangan (RENIP) Universitas Telkom yang merupakan Grand Strategy Telkom University di 25 tahun yang akan datang dengan memiliki sebuah visi di tahun 2038 yaitu “Menjadi Sebuah Universitas Entrepreneur Global (Global Entrepreneurial University). Penelitian ini dilakukan di program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi Informatika (MBTI) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Tujuan dari penelitian ini untuk melihat kesenjangan antara harapan mahasiswa dengan persepsi mahasiswa terhadap pelaksanaan pembelajaran mata kuliah manajemen usaha baru yang berdampak kepada pengukuran kompetensi wirausaha mahasiswa MBTI 2016 yang sudah menyelesaikan proses pembelajaran mata kuliah tersebut. Hasil dari penelitian akan menjadi umpan balik untuk prodi MBTI.

Metode pengumpulan data dalam penelitian dengan melakukan penyebaran kuesioner terhadap semua mahasiswa/responden yang telah mengambil mata kuliah Manajemen Usaha Baru yaitu sebanyak 105 mahasiswa. Kuesioner yang digunakan memiliki beberapa pertanyaan dengan skala likert 7 titik. Teknik pada penelitian ini adalah teknik non-probability dengan convenience sampling. Dalam menjelaskan hasil penelitian, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis gap.

Kata Kunci: Pendidikan Kewirausahaan, Pembelajaran Kewirausahaan, Kompetensi Kewirausahaan, Analisis Kesenjangan.

Abstract

Telkom University is higher education institutions that place entrepreneurs as an inseparable part of the education process, realizing the Telkom University Development Plan (RENIP) which is the Telkom University Grand Strategy in the next 25 years with a vision in 2038 namely “Becoming a Global Entrepreneurial University”. This research was conducted at study program of Informatics Telecommunications Business Management (MBTI), Faculty of Economics and Business. The purpose of this research was to see the level of gap between students expectations and the students perceptions of the courses new business management implementation which had an impact on the measurement of 2016 MBTI students entrepreneurial competencies who have completed the process of courses new business management. The results of the study there will be feedback for the MBTI study program.

Methods of data collection in this study by distributing questionnaires to all students/respondents who had taken the new business management courses, as many as 105 students. The questionnaire has several statement with a 7-point Likert scale. The technique in this study is a non-probability technique with convenience sampling. In explaining the results of the study, the data analysis technique used is descriptive analysis and GAP analysis.

Keywords: Entrepreneurship Education, Entrepreneurship Learning, Entrepreneurship Competence, Gap Analysis.

1. Pendahuluan

Berwirausaha adalah sebuah hal yang penting untuk pertumbuhan ekonomi dan pengembangan bisnis untuk meningkatkan daya beli dan kemakmuran rakyat di Negara tersebut. Negara-negara yang telah berhasil maju dan juga berhasil dalam meningkatkan kemakmuran rakyatnya seperti Jepang, Korea Selatan, Taiwan, Singapura, Amerika Serikat, Kanada, Negara-negara Eropa Barat, Australia, Inggris, dan lain sebagainya disebabkan oleh salah satu utamanya adalah karena Negara-negara tersebut memiliki banyak wirausaha (Frances, 2010). Indonesia masih membutuhkan setidaknya 4 juta wirausaha baru untuk membantu mendorong penguatan struktur ekonomi. Meski Indonesia sudah memiliki rasio sekitar 3,1% dan sudah melampaui standar

internasional, yaitu sebesar 2%, namun Indonesia masih perlu menaikkan rasio wirausaha untuk dapat bersaing dengan negara-negara tetangga (Kemenperin.go.id).

Salah satu upaya yang harus dilakukan untuk dapat berhasil di dunia wirausaha adalah memberikan pendidikan awal tentang *entrepreneurship*. Lestari dan Wijaya (2012) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan dapat membentuk pola pikir, sikap, dan perilaku pada mahasiswa menjadi seorang wirausahawan sejati sehingga mengarahkan mereka untuk memilih berwirausaha sebagai pilihan karir. Perguruan tinggi dikenal dengan tradisi ilmiahnya yaitu selalu mengedepankan sikap skeptis terhadap “*theory in use*” dan selalu berusaha mencari kebaruan, hingga saat ini diyakini mampu menciptakan peluang lapangan kerja. Faktor yang harus diperhatikan dalam penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan adalah perumusan tujuan pendidikan yang mencakup domain atau ranah kognitif, afektif dan psikomotor. Proses pembelajaran yang dilakukan mahasiswa harus membawa mereka ke dalam pengalaman-pengalaman belajar yang spesifik sehingga mahasiswa secara langsung diarahkan pada keterampilan, sikap dan perilaku yang menjadi ciri serta fungsi kewirausahaan (Susanti, 2014).

Susanti (2014) Melakukan analisis terhadap pendidikan kewirausahaan yang terjadi saat ini di beberapa perguruan tinggi kota Semarang, masih adanya kesenjangan antara harapan dengan tujuan pendidikan kewirausahaan. Maka dibutuhkannya evaluasi untuk meningkatkan kompetensi mahasiswa dalam berwirausaha setelah menyelesaikan proses pembelajaran kewirausahaan.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Entrepreneurship

Kewirausahaan adalah orang yang mampu menerapkan kreativitas dan inovasi untuk menciptakan sesuatu yang baru. Kewirausahaan juga harus dapat melihat dengan peluang yang baik dan selalu menerima masukan positif untuk dapat mengembangkan dan menumbuhkan bisnis dan memiliki nilai (Foreword, 2015). Dapat disimpulkan bahwa wirausaha adalah orang-orang yang harus memiliki mental yang kuat dalam menghadapi situasi yang akan datang dan mampu melihat peluang untuk menciptakan sebuah produk atau jasa melalui kreativitas dan inovasinya. Siap untuk menerima resiko yang akan terjadi apabila mendapati kerugian di usaha tersebut.

2.2 Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi

Pendidikan kewirausahaan merupakan “upaya menginternalisasikan jiwa dan mental kewirausahaan baik melalui institusi pendidikan maupun institusi lain seperti lembaga pelatihan, dan sebagainya”. Selain itu dijelaskan juga pendidikan kewirausahaan adalah “usaha terencana dan aplikatif untuk meningkatkan pengetahuan, niat dan kompetensi peserta didik untuk mengembangkan potensi dirinya dengan diwujudkan dalam perilaku kreatif, inovatif dan berani mengelola resiko” (Purnawa dan Wibowo, 2017).

2.3 Pembelajaran Kewirausahaan di Perguruan Tinggi

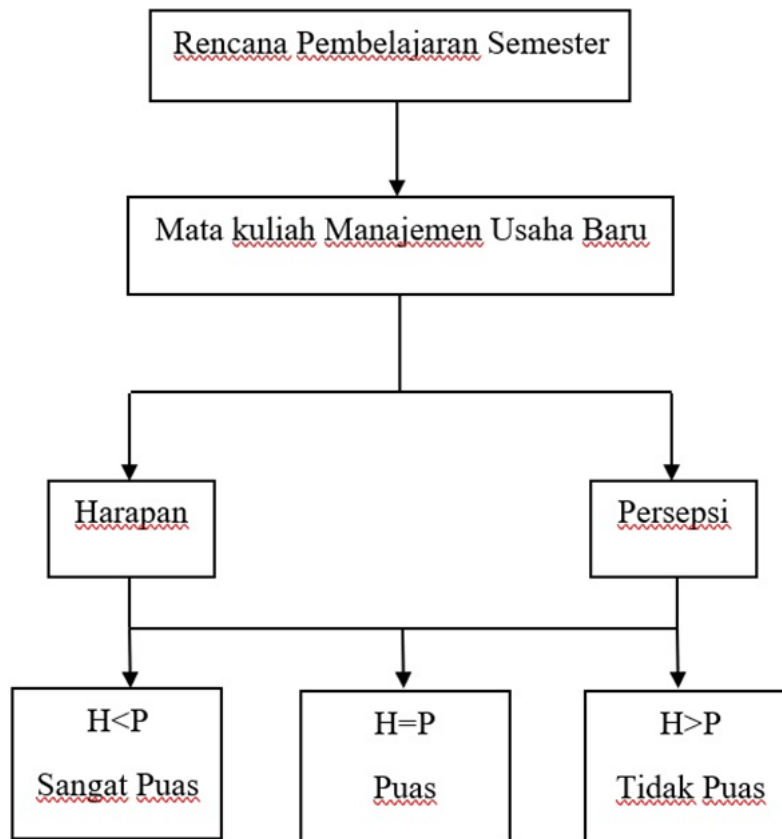
Beberapa aspek yang harus ada dalam pendidikan kewirausahaan menurut Zebua (2017) terdapat 5 aspek yang dibahas: *Definition and objectives, Teaching Methods, Community outreach activities, dan Evaluation and impact indicators*. Pembelajaran kewirausahaan harus dapat membentuk karakter wirausaha dan pemahaman konsep atau materi untuk menciptakan wirausaha yang unggul.

2.4 Kompetensi Kewirausahaan

Soegoto (2014) memaparkan seseorang wirausaha (*entrepreneur*) harus memiliki kompetensi sebagai berikut yaitu *Knowing Your Business, Knowing The Basic Business Management, Having The Proper Attitude, Having Adequate Capital. Financial competence, Managing Time Efficiently, Managing People, Satisfying Customer by Providing High Quality Product, Knowing How to Compete, Copying with Regulations and Paperwork, Technical competence, Marketing competence, Human relation competence*. Untuk menunjang keberhasilan seorang *entrepreneurship* menurut Soegoto, (2014) diperlukan beberapa keterampilan (*skill*). Sebagai berikut yaitu *Technical Skill, Human Relations Skill, Conceptual Skill, Decision Making Skill, Time Management Skill, Individual Skill and Attitude, Knowledge of Business, Establishment of Goal, Take Advantages of the Opportunities, Adapt to the Change, Minimize the Threats to Business*.

2.5 Kerangka Pemikiran

Menurut Uma Sekaran (dalam Sugiyono, 2017) kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Hasil olah data penulis, 2019

Pada penelitian ini bertujuan untuk melakukan evaluasi terhadap mata kuliah manajemen usaha baru. Harapan mahasiswa sesuai dengan tujuan pembelajaran terhadap mata kuliah manajemen usaha baru. Bagaimana dapat memaksimalkan potensi dan minat mahasiswa untuk dapat berwirausaha melalui mata kuliah ini.

Dengan hasil yang diharapkan dari pembelajaran mata kuliah manajemen usaha, adalah terbentuknya soft skill bagi mahasiswa yang telah lulus dari mata kuliah Manajemen Usaha Baru. Mata kuliah Manajemen Usaha Baru mengharapkan mahasiswa yang telah lulus memahami peran perencanaan bisnis dan memahami cara mengidentifikasi 9 blok dalam Business Model Canvas.

3. Metode Penelitian

3.1 Responden

Kriteria responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa program studi MBTI 2016 yang mengambil mata kuliah manajemen usaha baru dan telah menyelesaikan mata kuliah tersebut. Sampel yang didapatkan sebesar 105 mahasiswa/responden. Pada penelitian ini dapat diketahui karakteristik responden dengan jenis kelamin laki-laki adalah 65,7% atau dalam jumlah 69 responden, sedangkan dengan jenis kelamin perempuan memiliki persentase 34,3% atau dalam jumlah 36 responden. Karakteristik responden berdasarkan kelas yang telah diambil yaitu SCBD-A dan SCBD-B memiliki persentase responden yang sama yaitu 21,9%, kelas SCBD-C dengan persentase 26,7%, SCBD-D dengan persentase 29,5%

Tabel 3.1 Karakteristik Responden

Item	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	69	65,7%
	Perempuan	36	34,3%
Kelas	SCBD-A	23	21,9%
	SCBD-B	23	21,9%
	SCBD-C	28	26,7%
	SCBD-D	31	29,5%

Sumber: Hasil olah data penulis, 2019

3.2 Pengukuran

Kuesioner terdiri dari 36 item pernyataan yang berisikan 12 item pernyataan indikator harapan, 12 item pernyataan indikator persepsi dan 12 item pernyataan indikator kompetensi. Penelitian ini menggunakan skala likert 7 titik. Pilihan tersebut berupa skala 1 (sangat tidak setuju), skala 2 (tidak setuju), skala 3 (agak tidak setuju), skala 4 (netral), skala 5 (agak setuju), skala 6 (setuju), skala 7 (sangat setuju). Uji validitas dalam penelitian ini valid karena semua item pertanyaan memiliki Corrected Item-Total Correlation $> r$ tabel 0,195. Uji realibilitas dalam penelitian ini reliable karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$.

3.3 Teknik Analisis

Penelitian ini akan meneliti hasil kesenjangan antara harapan (ekspektasi) dan persepsi (kinerja) mahasiswa terhadap implementasi pembelajaran mata kuliah manajemen usaha baru. Dalam mengetahui signifikan atau tidaknya perbedaan antara harapan mahasiswa dan persepsi mahasiswa, digunakan peralatan statistik uji beda rata-rata (uji t) dengan metode sampel berpasangan. Gap mata kuliah manajemen usaha baru (4 SKS) akan dihitung dengan menggunakan rumus pengurangan antara persepsi (kinerja) dengan harapan (ekspektasi) mahasiswa.

Pada teknik Importance Performance Analysis (IPA), responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan, kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tersebut dianalisis pada Importance Performance Matrix, yang mana sumbu X mewakili persepsi sedangkan sumbu Y mewakili harapan. Maka nanti akan didapat hasil berupa empat kuadran, kuadran A yaitu prioritas utama (concentrate here) merupakan faktor yang dianggap penting dan diharapkan konsumen akan tetapi kinerja perusahaan dinilai belum memuaskan. Kuadran B pertahankan prestasi (keep up the good work) merupakan faktor yang dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang kepuasan konsumen sehingga perusahaan wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja tersebut. Kuadran C yaitu prioritas rendah (low priority) merupakan faktor yang dianggap mempunyai tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih pada faktor-faktor tersebut. Kuadran D yaitu berlebihan (possibly overkill) merupakan faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh pelanggan sehingga perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya yang terkait pada faktor tersebut kepada faktor lain yang lebih memiliki tingkat prioritas lebih tinggi (Tjiptono & Chandra, 2011).

4. Pembahasan

Berdasarkan tanggapan responden yang kemudian dianalisis menggunakan analisis deskriptif, variabel harapan memiliki persentase sangat tinggi yaitu sebesar 90,9%. Analisis deskriptif terhadap variabel persepsi (kinerja) memiliki persentase tinggi yaitu sebesar 83,5%.

Analisis deskriptif terhadap variabel kompetensi untuk dimensi knowing the basic business management berada dalam kategori tinggi dengan perolehan persentase sebesar 82%. Berikutnya analisis deskriptif terhadap variabel kompetensi untuk dimensi conceptual skill berada dalam kategori tinggi dengan perolehan persentase sebesar 82,5%. Analisis deskriptif terhadap variabel kompetensi untuk dimensi marketing competence berada dalam kategori tinggi dengan perolehan persentase sebesar 81,4%. Selanjutnya analisis deskriptif terhadap variabel kompetensi untuk satisfying customer by providing high quality product berada dalam kategori tinggi dengan perolehan persentase sebesar 82,1%. Berikutnya analisis deskriptif terhadap variabel kompetensi untuk human relations skill berada dalam kategori tinggi dengan perolehan persentase sebesar 80,6%. Berikutnya analisis deskriptif terhadap variabel kompetensi untuk dimensi financial competence berada dalam kategori tinggi dengan perolehan persentase sebesar 81,5%. Analisis deskriptif terhadap variabel kompetensi untuk dimensi knowing your business berada dalam kategori tinggi dengan perolehan persentase sebesar 82,95%. Analisis deskriptif terhadap variabel kompetensi untuk human relations competence berada dalam kategori tinggi dengan perolehan persentase sebesar 80,5%. Terakhir yaitu analisis deskriptif terhadap variabel kompetensi untuk knowing how to compete berada dalam kategori tinggi dengan perolehan persentase sebesar 81,2%.

Tabel 4.1 Analisis Gap Harapan dan Persepsi

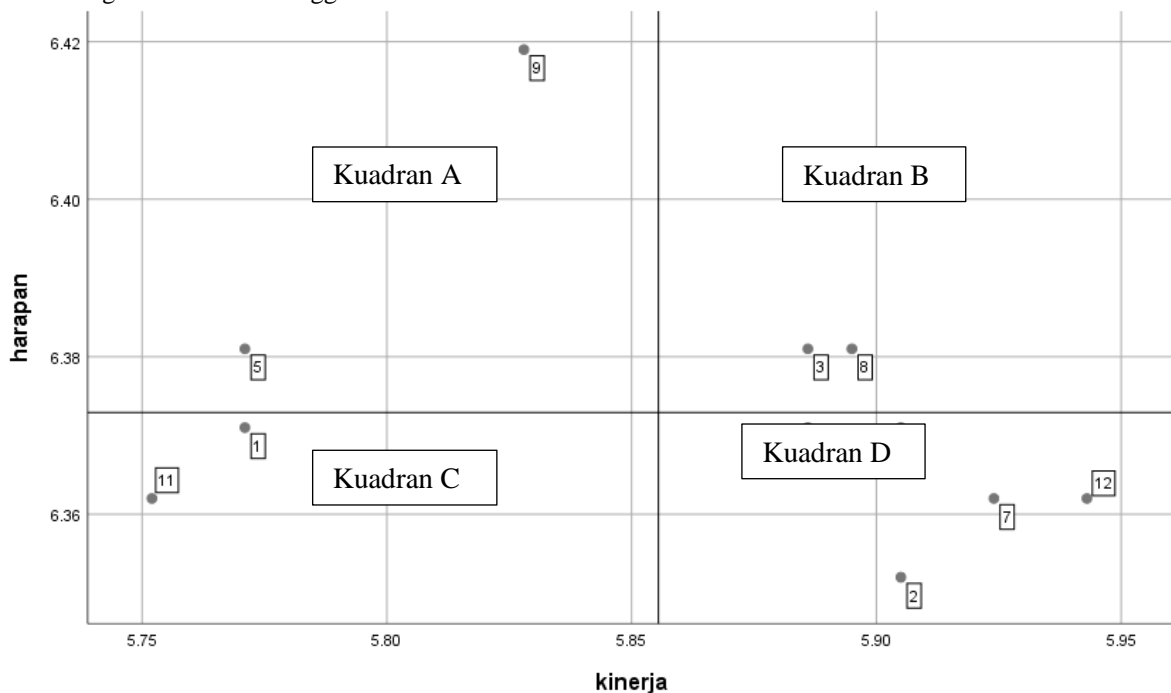
No	Indikator	Nilai Harapan	Nilai Kinerja	Gap Indikator
1	Peran perencanaan bisnis	6,371	5,771	-0,6
2	Pemanfaatan <i>Business Model Canvas</i>	6,352	5,905	-0,447
3	Menentukan target pasar	6,381	5,886	-0,495

No	Indikator	Nilai Harapan	Nilai Kinerja	Gap Indikator
4	Menciptakan manfaat bagi pelanggan	6,371	5,905	-0,466
5	Menjangkau pelanggan yang tepat	6,381	5,771	-0,61
6	Menentukan jenis hubungan pelanggan yang sesuai	6,371	5,886	-0,485
7	Memahami sumber pendapatan usaha	6,362	5,924	-0,457
8	Sumber daya kunci untuk menciptakan Value Proposition	6,381	5,895	-0,486
9	Aktivitas-aktivitas kunci untuk menciptakan Value Proposition	6,419	5,828	-0,591
10	Mitra-mitra kunci	6,362	5,8	-0,562
11	Struktur biaya	6,362	5,752	-0,61
12	Menganalisis <i>Business Model Canvas</i> menggunakan SWOT	6,362	5,943	-0,419
Σ Total		6,372	5,855	-0,519

Sumber: Data yang telah diolah oleh penulis, 2020

Berdasarkan hasil analisis gap dari 12 indikator, didapatkan gap dimensi sebesar -0,519 yang di peroleh dari selisih antara nilai rata-rata harapan dengan nilai rata-rata persepsi. Terdapat dua indikator yang memiliki gap paling besar dan paling negatif yaitu indikator mengenai pernyataan menjangkau pelanggan yang tepat dan indikator mengenai struktur biaya sebesar -0,61. Hal tersebut menunjukkan bahwa menjangkau pelanggan yang tepat dan struktur biaya yang telah diajarkan selama mata kuliah belum sesuai dengan harapan mahasiswa.

Pada importance performance analysis (IPA) dilakukan penggambaran diagram kartesius. Berikut gambar diagram kartesius menggunakan SPSS versi 25:



Sumber: Data yang telah diolah oleh penulis, 2020.

Kuadran A adalah prioritas utama (*concentrate here*) dimana mahasiswa selaku responden merasa atribut tersebut sangat penting dan mempunyai harapan yang tinggi namun belum merasakan kinerja yang maksimal, item 5 yaitu menjangkau pelanggan yang tepat dan item 9 yaitu aktivitas-aktivitas kunci untuk menciptakan *value proposition*.

Kuadran B adalah pertahankan prestasi (*keep up the good work*) menunjukkan bahwa mahasiswa menganggap atribut tersebut penting dan kinerjanya sudah dirasa baik oleh mahasiswa. Oleh karenanya kinerja harus terus di pertahankan supaya atribut ini dapat terus menjadi lebih baik dan terus memenuhi harapan mahasiswa, item 3 yaitu menentukan target pasar dan item 8 yaitu sumber daya kunci untuk menciptakan *value proposition*.

Kuadran C adalah prioritas rendah (*low priority*) adalah mahasiswa tidak memiliki harapan yang terlalu tinggi dan kinerjanya juga dinilai biasa-biasa saja, sehingga tidak harus memberikan fokus untuk memperbaiki atribut yang berada dalam kuadran ini, item 1 yaitu peran perencanaan bisnis, item 10 yaitu mitra-mitra kunci, dan item 11 yaitu struktur biaya.

Kuadran D adalah berlebihan (*possibly overkill*) menunjukkan kinerjanya sudah baik bahkan cenderung melebihi apa yang diinginkan mahasiswa karena sebenarnya mahasiswa tidak terlalu memiliki harapan yang tinggi pada atribut ini, sehingga tidak perlu memberikan fokus pada atribut yang berada didalam kuadran ini, item 2 yaitu pemanfaatan *business model canvas*, item 4 yaitu menciptakan manfaat bagi pelanggan, item 6 yaitu menentukan jenis hubungan pelanggan yang sesuai, item 7 yaitu memahami sumber pendapatan usaha, item 12 yaitu menganalisis *business model canvas* menggunakan SWOT.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis kesenjangan pada mata kuliah manajemen usaha baru di program studi MBTI angkatan 2016, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil t-test menggunakan metode *paired t-test*, menunjukkan hasil dari Sig. (2-tailed) sebesar 0,000, maka terdapat perbedaan/gap yang signifikan antara harapan dengan persepsi.
2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, nilai persentase harapan mahasiswa terhadap pembelajaran mata kuliah manajemen usaha baru berada dalam kategori sangat tinggi. Kategori sangat tinggi diperoleh melalui nilai dari dimensi harapan sebesar 90,9%.
3. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, nilai persentase persepsi mahasiswa terhadap pembelajaran mata kuliah manajemen usaha baru berada dalam kategori tinggi. Kategori tinggi diperoleh melalui nilai dari dimensi persepsi sebesar 83,5%.
4. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, nilai persentase kompetensi mahasiswa terhadap pembelajaran mata kuliah manajemen usaha baru berada dalam kategori tinggi. Kategori tinggi diperoleh melalui nilai dari dimensi kompetensi sebesar 81,6%.
5. Berdasarkan hasil analisis gap, terdapat gap atau kesenjangan antara harapan dan persepsi mahasiswa terhadap pembelajaran mata kuliah manajemen usaha baru sebesar -0,518, hal ini menunjukkan bahwa harapan mahasiswa terhadap pembelajaran mata kuliah manajemen usaha baru lebih tinggi dibandingkan persepsi (kinerja) yang sudah dirasakan selama perkuliahan berlangsung.
6. Berdasarkan hasil *importance performance analysis*, terdapat 2 atribut didalam kuadran A, 2 atribut dalam kuadran B, 3 atribut kuadran C, dan 5 atribut kuadran D. Atribut yang berada dalam kuadran A menunjukkan dibutuhkannya perhatian yang lebih untuk di evaluasi agar dapat tercapainya harapan mahasiswa terhadap atribut tersebut.
7. Berdasarkan hasil penelitian, sebaiknya program studi MBTI memiliki program inkubator/program bisnis untuk mendukung proses pembelajaran dan meningkatkan kompetensi mahasiswa dalam wirausaha.

5.2 Saran

Program studi perlu melakukan evaluasi berkala persemester terhadap kinerja dosen dalam menyampaikan materi diperguruan. Karena menurut hasil analisis gap, semua item memiliki gap yang negatif dimana harapan mahasiswa lebih tinggi dibandingkan persepsi mahasiswa. Membuat program dalam memaksimalkan kompetensi mahasiswa dalam berwirausaha seperti pelatihan, pemagangan, penyusunan proposal, permodalan, pendampingan, menjadi pelaku usaha.

6. Daftar Pustaka

- Frinces, Z.H. (2010). Pentingnya Profesi Wirausaha di Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 7.35-39. doi:<https://doi.org/10.21831/jep.v7i1.576>.
- Foreword, J.M. (2015). *Drucker: Inovation and Entrepreneurship*. New York: Routledge.
- Kementerian Perindustrian. (2019). *Indonesia Butuh 4 Juta Wirausaha Baru*. from kemenperin: <https://kemenperin.go.id/artikel/19926/Indonesia-Butuh-4-Juta-Wirausaha-Baru-untuk-Menjadi-Negara-Maju> (20 November 2019)
- Lestari, B.R., & Wijaya, T. (2012). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di STIE MDP, STMIK MDP, dan STIE MUSI. *Forum Bisnis dan Kewirausahaan Jurnal Ilmiah STIE MDP*, 1(2), 112-119.
- Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Soegoto, E.S. (2014). *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Susanti, M.H. (2014). Model Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi Dalam Menumbuhkan Entrepreneur Muda Kreatif dan Inovatif di Kota Semarang. *Forum Ilmu Sosial*, 41(1), 43-46. doi: <https://doi.org/10.15294/fis.v41i1.5377>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi.
- Zebua, E. (2017). *Buku Ajar dan Perangkat Pembelajaran Kewirausahaan*. Padang: Institut Seni Indonesia Padangpanjang.