

**IDENTIFIKASI *ENTREPRENEURIAL* KOMPETENSI DI FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA**

UNIVERSITAS TELKOM

**COMPETENCIES *ENTREPRENEURIAL* IDENTIFICATION IN FACULTY OF
ECONOMY MARANATHA CHRISTIAN UNIVERSITY**

TELKOM UNIVERSITY

Azzahra Anggiamurni Tifandaputri¹, Dr. Astri Ghina S.Si., MSM.²

¹Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

²Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹azzahranggia@gmail.com, ²astri.ghina24@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kompetensi kewirausahaan yang dimiliki oleh mahasiswa Program Studi Manajemen di Universitas Kristen Maranatha angkatan 2013 dengan variabel yang meliputi : *identify and evaluate business opportunity, identify and solving problems, decision making, networking, communication, dan innovate thinking.*

Teknik pengambilan data adalah dengan wawancara secara mendalam, observasi, dan pengumpulan data secara sekunder. Fenomena dalam penelitian ini dieksplorasi dengan metode studi kasus. Hasil analisis dampak proses pembelajaran kewirausahaan menunjukkan bahwa tingkat kompetensi kewirausahaan yang dimiliki oleh mahasiswa memiliki level kompetensi yang berbeda – beda. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pengalaman berwirausaha sangat berpengaruh terhadap tingkat kompetensi kewirausahaan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan evaluasi terhadap metode pengajaran kewirausahaan di perguruan tinggi khususnya di Manajemen Universitas Kristen Maranatha. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan arahan dalam meningkatkan jumlah wirausaha terdidik. Jumlah wirausaha terdidik ini sangat mendukung dalam terwujudnya target Universitas Kristen Maranatha untuk menjadi universitas yang dapat meningkatkan sumber daya manusia yang kompeten, profesional, dan kreatif sehingga menjadi wirausahawan yang berbasis ekonomi kreatif pada tahun 2020.

Kata kunci : wirausaha terdidik, kompetensi kewirausahaan, pengalaman berwirausaha.

Abstract

This study aims to identify entrepreneurial competencies held by students of Management in Maranatha Christian University class of 2013 with variables that include: identify and evaluate business opportunities, identify and solve problems, decision making, networking, communication, and innovate thinking.

Techniques of data collection are by in – depth interviews, observation, and secondary data collection. The phenomenon in this study is explored by case study method. The research findings show that entrepreneurial competencies owned by students who has business are in different level. This indicates that entrepreneurial experiences is very influential on the level of entrepreneurial competencies.

The research of his study are expected to be an evaluation of entrepreneurship teaching methods in universities, especially in Management Maranatha Christian University. In addition, the research can be directed in increasing the number of educated entrepreneurs. Increasing the number of educated entrepreneurs is very supportive target in the realization of Maranatha Christian University to become universities that can improve competent, professional, and creative human resource to become creative economy based entrepreneurs in 2020.

Keywords : educated entrepreneur, entrepreneurial competencies, entrepreneurial experiences.

1. Pendahuluan

Menurut data *World Bank* (Bank Dunia) pada tahun 2016 Indonesia merupakan negara dengan penduduk sebanyak 261,1 juta orang yang setiap tahunnya akan semakin menambah. Banyaknya penduduk di Indonesia tidak sebanding dengan lapangan kerja yang tersedia. Oleh karena itu, banyak penduduk di Indonesia yang masih pengangguran atau yang tidak memiliki pekerjaan. Tingkat pengangguran di Indonesia mengalami kenaikan dan keturunan disetiap tahunnya. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), tingkat pengangguran di Indonesia pada bulan Februari 2017 sebanyak 131,55 juta orang, mengalami kenaikan sebanyak 6,11 juta orang dibandingkan dengan bulan Agustus 2016 dan 3,88 juta orang dibandingkan dengan Februari 2016. Dimana jumlah pengangguran sarjana atau universitas mengalami penurunan selama periode bulan Agustus 2017 yaitu 4,87% dibandingkan dengan bulan Februari 2016 yaitu sebesar 6,22%. Pada bulan Februari 2017 mengalami kenaikan kembali menjadi 4,96%.

Sebagian besar program studi bisnis pada perguruan tinggi di Indonesia telah memasukkan mata kuliah kewirausahaan ke dalam kurikulum sebagai salah satu mata kuliah pokok yang wajib ditempuh oleh semua mahasiswa. Pembelajaran kewirausahaan tidak hanya memberikan landasan teoritis mengenai konsep kewirausahaan tetapi membentuk sikap, perilaku, dan pola pikir seorang wirausahawan. Hal ini merupakan investasi modal manusia untuk mempersiapkan para mahasiswa dalam memulai bisnis melalui keterampilan dan pengetahuan untuk mengembangkan dan memperluas sebuah bisnis. Pembekalan dan penanaman jiwa *entrepreneur* pada mahasiswa diharapkan dapat memotivasi mahasiswa untuk melakukan kegiatan kewirausahaan dan para mahasiswa memiliki mental berwirausaha agar kelak menjadi wirausaha yang sesungguhnya.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini membahas proses evaluasi program pendidikan kewirausahaan dengan mengidentifikasi kompetensi kewirausahaan mahasiswa. Sehingga akan terlihat dampak program pembelajaran kewirausahaan terhadap mahasiswa yang dapat dijadikan sebagai salah satu bahan evaluasi terhadap program pembelajaran kewirausahaan yang telah diselenggarakan oleh Manajemen Universitas Kristen Maranatha. Penelitian ini dilakukan di Program Studi Manajemen Universitas Kristen Maranatha. Hasilnya bertujuan untuk meningkatkan proses pembelajaran di dalam institusi. Di sisi lain, penelitian ini diharapkan dapat membantu universitas mencapai target untuk menjadi universitas yang dapat meningkatkan sumber daya manusia yang kompeten, profesional, dan kreatif sehingga menjadi wirausahawan yang berbasis ekonomi kreatif pada tahun 2020. Penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan meningkatkan peran universitas dalam menciptakan lulusan wirausahawan.

2. Dasar Teori dan Metodologi

2.1 Kewirausahaan

Menurut Saban Echdar (2013 : 2) Kewirausahaan adalah disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai dan kemampuan dari perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang dengan berbagai resiko yang mungkin dihadapinya. Adapun definisi Kewirausahaan menurut Robert D. Hisrich (dalam Arif Yusuf Hamali, 2016 : 9) mengatakan bahwa Kewirausahaan adalah Sebuah proses dinamis dalam menciptakan tambahan kekayaan. Pendapat lain mengatakan kewirausahaan (*entrepreneurship*) muncul apabila seseorang berani mengembangkan ide – ide usaha atau ide – ide barunya. Proses kewirausahaan meliputi semua fungsi, aktivitas dan tindakan yang berhubungan dengan perolehan peluang dan penciptaan organisasi usaha, oleh sebab itu wirusaha adalah orang yang memperoleh peluang dan menciptakan suatu organisasi untuk mengejar peluang itu menurut Bigbrave (dalam Daryanto, 2013: 3)

2.2 Pendidikan Kewirausahaan

Pendidikan Kewirausahaan merupakan proses secara sistematis dan berkelanjutan baik formal maupun informal dalam rangka membentuk manusia wirausaha. Pendidikan Kewirausahaan ini tidak hanya bertujuan mengubah jiwa atau sikap agar memenuhi kriteria manusia wirausaha, tetapi juga bertujuan untuk dapat meningkatkan keterampilan dan keahlian tertentu sehingga dapat mendukung seseorang atau suatu masyarakat dalam berwirausaha menurut Marie (2013 : 28).

Menurut Soeharto Prawirokusumo dalam Daryanto (2012 : 4) , pendidikan kewirausahaan perlu diajarkan sebagai disiplin ilmu tersendiri yang independen, karena :

1. Kewirausahaan berisi *body of knowledge* yang utuh dan nyata, yaitu ada teori, konsep, dan metode ilmiah yang lengkap

2. Kewirausahaan memiliki dua konsep, yaitu *venture start – up* dan *veture growth*, ini jelas tidak masuk dalam kerangka pendidikan manajemen umum yang memisahkan antara manajemen dan kepemilikan usaha.
3. Kewirausahaan merupakan disiplin ilmu yang memiliki obyek tersendiri, yaitu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.
4. Kewirausahaan merupakan alat untuk menciptakan pemerataan berusaha dan pemerataan pendapatan.

2.3 Kompetensi Kewirausahaan

Man *et al.*, (2002) dalam jurnalnya yang berjudul *The Competitiveness of Small and Medium Enterprises: A Conceptualization With Focus on Entrepreneurial Competencies* mengungkapkan bahwa kompetensi kewirausahaan dapat dianggap sebagai tingkat karakteristik yang mewakili kemampuan wirausaha untuk melakukan pekerjaan hingga berhasil. Sementara itu, kompetensi dapat dipelajari dari *inputs* (anteseden terhadap kompetensi), *process* (tugas atau perilaku yang mengarah kepada kompetensi), *output* (standar pencapaian kompetensi di bidang fungsional).

Menurut Dun & Bradstreet Business Credit Service (dalam Suryana, 2013 : 86), ada 10 kompetensi yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan, yaitu :

1. *Knowing your business*
2. *Knowing the basic business management*
3. *Having the proper attitude.*
4. *Having adequate capital*
5. *Managing finances effectively*
6. *Managing time efficiently*
7. *Managing people*
8. *Satisfying customer by providing high quality product*
9. *Knowing how to compete*
10. *Copying with regulations and paperwork*

2.4 Metode Penelitian

Penelitian ini berdasarkan metodologi termasuk penelitian kualitatif, karena teknik pengambilan data dengan wawancara dan dokumentasi narasumber.. Melihat tujuan penelitiannya, merupakan penelitian deskriptif dengan tipe penyelidikan eksploratory. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi atau gabungan analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Objek dalam penelitian kualitatif adalah objek yang alamiah, atau *natural setting*, sehingga metode penelitian ini sering disebut sebagai metode naturalistik. Objek yang alamiah adalah objek yang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti sehingga kondisi pada saat peneliti memasuki objek, setelah berada di objek, dan setelah keluar dari objek relatif tidak berubah menurut Sugiyono (2014: 2).

Pada penelitian ini, variabel operasional mengenai kurikulum dan metode pengajaran diadopsi dari penelitian Ghina *et al.*, (2015), alat ukur yang dipakai sudah melewati *pilot test*, sehingga alat ukur dalam penelitian ini sudah mengalami penyempurnaan yang telah dilakukan pada penelitian sebelumnya. Penelitian ini menggunakan 6 variabel, yaitu *Identify and Evaluate Business Opportunity*, *Identify and Solving Problems*, *Decision Making*, *Networking*, *Communication*, dan *Innovate Thinking*. Data yang telah terkumpul kemudian akan melalui tahapan analisis data dengan menggunakan analisis model Miles dan Huberman. Data yang sudah dikumpulkan kemudian melalui proses reduksi data untuk mendapatkan inti dari data yang diperlukan bagi proses penelitian. Data yang sudah direduksi kemudian akan melewati proses penyajian data.

Menurut Sugiyono (2014 : 49) Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, melainkan oleh Spardley dinamakan "Social Situation". Situasi sosial terdiri atas 3 elemen yaitu tempat (*place*), pelaku (*actors*), dan aktivitas (*activity*). Pada penelitian ini tempat objek penelitian yang diambil adalah Universitas Kristen Maranatha. Aktor yang dipilih dalam penelitian ini adalah mewawancarai narasumber yaitu mahasiswa Univeristas Kristen Maranatha. Serta aktivitas yang ada pada penelitian ini dilakukan wawancara dengan para aktor, pengumpulan data sekunder, dan observasi langsung sebagai studi literatur. Kriteria pemilihan narasumber pada penelitian ini merupakan mahasiswa Manajemen yang mengikuti pendidikan kewirausahaan dan merupakan mahasiswa Manajemen tingkat akhir. Alasan memilih objek penelitian di Universitas Kristen Maranatha Bandung karena, berdasarkan penelitian BAN PT 2016, Universitas Kristen Maranatha mendapatkan akreditasi A untuk Jurusan Manajemen pada tahun 2011 hingga saat ini.

Penelitian ini memperoleh data primer melalui wawancara yang dilakukan kepada 3 narasumber, yaitu mahasiswa Program Studi Manajemen Univeristas Kristen Maranatha. Data sekunder diperoleh dari berbagai

sumber, diantaranya jurnal, buku, dan laporan penelitian terdahulu. Teknik pengumpulan data dilakukan pada kondisi yang alamiah, sumber data primer, dan lebih banyak pada observasi berperan serta, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Untuk menentukan kualitas dari penelitian ini, penelitian ini menggunakan praktik triangulasi, yaitu mengintegrasikan beberapa temuan dari hasil wawancara, observasi, dan data sekunder untuk mencapai objektivitas dari penelitian. Triangulasi juga diperoleh dari beberapa narasumber yang terpilih sehingga mencapai tingkat kejenuhan informasi. Penelitian ini menggunakan analisis data Miles dan Huberman (1984), dimana aktivitas dalam analisis data ini terdapat data reduksi, data *display*, dan *conclusion drawing/verification*

3. Pembahasan

Ada 6 variabel *entrepreneurial competencies* yang dianalisis terhadap 3 narasumber, yaitu N1, N2, dan N3 dalam penelitian ini, meliputi :

1) *Identify and Evaluate Business Opportunity*

Diantara ketiga aspek di dalam *Identify and Evaluate Business Opportunity*, N2 dan N3 berada ada level yang sedang, sedangkan N1 berada pada level yang tinggi. Karena N1 dapat mengambil peluang secara konsisten dengan melihat trend yang ada, seringkali N1 meminta *feedback* dari orang lain yang dapat dimanfaatkan untuk mengambil peluang bisnis,

"[...] iya sering sih aku, ga cuma ke temen – temen aja tapi aku juga seringkali ke konsumen yang ada di instagram. Jadi kayak aku nge-upload satu konten gitu nanti konsumennya kayak komen gitu di kolom komen di instagram, mereka tuh maunya kayak gimana kalau model sepatu [...] Sekitar sebulan sekali, soalnya aku ngeluarin prodak itu selalu sebulan sekali."

N1 pun sering melakukan *sharing* pengalaman bisnis kepada teman – temannya tetapi sudah jarang melakukan *sharing* pengalaman bisnis di acara seminar atau di stasiun televisi.

2) *Identify and Solving Problems*

Diantara kedua aspek yang berada di dalam *Identify and Solving Problems*, N1 berada pada level yang tinggi karena mampu membuat solusi yang efektif agar saling menguntungkan dengan konsumen dan rekan kerja, mampu mengantisipasi masalah sebelum masalah tersebut terjadi, dan mampu membuat prioritas dengan membuat keputusan yang menguntungkan kedua belah pihak.

"[...] yang aku lakukan pasti aku nyelesin tugas kampus dulu, tapi sambil nyelesin juga masalah sama konsumen. Jadi berusaha buat multitasking aja gitu. Jadi, tugas kampus beres sama masalah sama konsumen juga beres"

N2 berada pada level yang sedang untuk kedua aspek yang ada di dalam *Identify and Solving Problems* yaitu pada aspek mengatasi masalah dan mengatasi beberapa kondisi konflik. Sedangkan N3 berada pada level tinggi pada aspek mengatasi masalah dan berada pada level yang sedang dalam aspek mengatasi beberapa konflik.

3) *Decision Making*

Pada variabel ini terdapat 3 aspek yang ditanyakan kepada narasumber, N1 berada pada level yang rendah pada aspek memahami suatu masalah, karena N1 membutuhkan waktu yang lama untuk memahami masalah dan membuat keputusan.

" [...] Kadang lama banget sih, lebih dari seminggu soalnya aku takut juga salah ambil langkah karena nanti takutnya berakibatkan jangka panjang. Walaupun masalah yang aku alami itu kecil juga suka aku pikirin dulu mateng – mateng gitu"

Sedangkan N2 berada pada level yang sedang untuk semua aspek dalam variabel ini., yaitu pada aspek kemampuan untuk memahami masalah atau situasi konflik, kemampuan untuk mengatasi masalah, dan kemampuan dalam mengantisipasi terjadinya suatu masalah. N3 berada pada level yang tinggi pada aspek mengatasi suatu masalah dan mengantisipasi masalah. Sedangkan N3 pada aspek memahami masalah berada pada level yang sedang, dimana narasumber mampu menganalisis masalah secara efektif dan mengambil keputusan tepat pada waktunya.

"[...] Hmm ga juga sih, kalau buat masalah bisnis kan aku dibantu sama kaka jadi bisa diselesaikan dengan cepat juga terus yang pasti ga sampe berlarut – larut gitu"

4) *Networking*

Pada variabel ini terdapat 2 aspek yang ditanyakan kepada narasumber, N2 dan N3 berada pada level yang sedang, dimana narasumber memiliki perilaku positif ketika harus berurusan dengan pihak lain dan mampu

menjalin hubungan kerjasama dengan baik. Sedangkan N1 berada pada level tinggi, dimana narasumber mampu menjalin relasi yang berakhir pada kerjasama bisnis, seperti berkolaborasi satu sama lain dan N1 secara konsisten menggunakan pengetahuannya untuk menjalin hubungan kerjasama yang baik untuk mencapai tujuan bisnis.

"[...] Makanya, sekarang aku lebih teliti lagi buat ngerekrut SDM. Terus sekarang juga aku udah pake MoU untuk rekrut SDM, jadinya lebih enak gitu kalau udah ada perjanjian dan disetujui oleh kedua belah pihak. Jadi, mereka dapetin apa yang aku mau dan aku juga dapetin apa yang aku mau"

5) *Communication*

Dalam variabel ini terdiri dari 4 aspek yang ditanyakan kepada narasumber, N2 dan N3 berada pada level yang sedang pada semua aspek, yang artinya bahwa narasumber menggunakan bahasa yang sama ketika meneruskan informasi, menggunakan gaya komunikasi yang disesuaikan dengan kebutuhan banyak pihak, bersedia untuk mendengarkan pendapat dari pihak lain, dan mampu melakukan konfirmasi terhadap pemahaman *audience*. Sedangkan N1 berada pada level yang tinggi pada aspek menginterpretasikan informasi, termasuk ke dalam tipe yang banyak berbicara atau pendengar yang baik dan mengenai cara menyampaikan informasi kepada orang lain. Pada aspek gaya komunikasi, N1 berada pada level sedang, karena menyesuaikan gaya bahasa dengan kebutuhan banyak pihak.

" Hmmm kalau ke orang tua sih pake gaya sendiri ya neranginnya, kalau ke orang lain tapi lebih tua sih biasanya aku pake gaya formal aja supaya lebih sopan juga dan merekanya juga lebih paham sama apa yang aku jelasin. Kalau ke audience juga pake bahasa formal. Nah terus kalau sama temen – temen sih ya biasa aja"

6) *Innovate Thinking*

Dalam variabel ini terdiri dari 4 aspek yang ditanyakan kepada narasumber, N1 dan N3 berada pada level yang sedang pada aspek ketertarikan terhadap cara yang berbeda, dan melakukan diskusi tentang ide baru, mencoba pendekatan baru untuk menyelesaikan masalah. Pada aspek melakukan diskusi tentang ide baru, mencoba pendekatan baru untuk menyelesaikan masalah dan menyikapi teknologi baru, N2 berada pada level sedang. Sedangkan N2 berada pada level yang rendah pada aspek ketertarikan terhadap cara berbeda dalam melakukan pekerjaan

"[...] sejujurnya sih engga ya hahaha karena saya itu lebih suka pake cara lama gitu. Jadi kayak saya lebih suka baca buku dibanding ebook, karena sejujurnya setiap saya baca ebook saya suka pusing sendiri gitu. Jadinya saya sukanya pake cara yang lama aja"

Sedangkan N1 dan N3 berada pada level yang rendah pada aspek menyikapi teknologi yang baru, dimana mereka tidak tertarik untuk mencari tahu tentang teknologi baru dan lebih memilih penggunaan cara standar dalam melakukan suatu pekerjaan.

4. Kesimpulan dan Saran

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, pada kompetensi *identify and evaluate business opportunity*, mengindikasikan bahwa mahasiswa sudah mampu mengambil tindakan ketika menyadari adanya peluang – peluang, menyadari adanya trend bisnis baru, suka meminta feedback atau umpan balik yang dimanfaatkan untuk peluang bisnis, dan suka melakukan sharing pengalaman bisnis dengan lingkungan sekitar.

Pada kompetensi *identify and solving problems*, mengindikasikan bahwa mahasiswa mampu menyelesaikan masalah dengan memikirkan solusi yang tepat untuk kepentingan stakeholders dan konsumen, dan mampu membuat prioritas penyelesaian jika terjadi beberapa masalah dalam satu waktu. Pada *kompetensi decision making*, mengindikasikan bahwa mahasiswa membutuhkan waktu yang lama untuk memahami masalah dan mengambil solusi yang efektif dengan cara memikirkan dan menganalisis masalah yang terjadi, mampu untuk mencari info tambahan untuk pengambilan keputusan, mengantisipasi sebelum terjadinya masalah dan mampu membuat solusi yang efektif untuk mengatasi masalah.

Pada kompetensi *networking*, mengindikasikan bahwa mahasiswa mampu menjalin kerjasama dengan pihak lain, memanfaatkan relasi untuk bekerja sama dalam berbisnis, menjalin hubungan baik dengan pihak lain untuk mencapai tujuan bisnis. Pada kompetensi *communication*, mengindikasikan bahwa mahasiswa mampu memahami info yang baru diterima atau mencari informasi tambahan untuk memperkaya pemahaman mengenai info tersebut, menggunakan gaya komunikasi yang disesuaikan dengan kebutuhan banyak pihak, mengklarifikasi pemahaman orang lain terhadap pemahaman informasi yang telah disampaikan, dan bersedia untuk mendengarkan pendapat dari pihak lain, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan gaya yang sama.

Pada kompetensi *innovate thinking*, mengindikasikan bahwa secara efektif menerapkan cara – cara yang baru, mampu menerima ide dari berbagai sumber untuk dijajaki peluang – peluangnya, tertarik mencoba pendekatan baru yang dianggap efektif, tidak mencari tahu dan menerapkan teknologi baru terhadap pekerjaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kompetensi yang dimiliki oleh mahasiswa Universitas Kristen Maranatha memiliki level kompetensi kewirausahaan yang berbeda – beda. Hal ini dikarenakan adanya faktor pengaruh eksternal yaitu sebuah pengalaman berbisnis yang dimiliki sebelum memasuki bangku perkuliahan.

Daftar Pustaka

- [1] Ban-pt (2016). Akreditasi Jurusan Universitas Terbaik. Diakses pada 7 November 2017 dari <http://www.ban-pt-universitas.co/2016/01/universitas-di-bandung-swasta-jurusan-akreditasi-a.html>.
- [2] Badan Pusat Statistik (2017). Tingkat Pengangguran Terbuka. Diakses pada 3 Oktober 2017 dari <https://www.bps.go.id/Brs/view/id/1376>.
- [3] Bank Dunia (2016). Indonesia Total Population. Diakses pada 4 Januari 2018 dari <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?end=2016&locations=ID&start=2016&view=bar>.
- [4] Dantes, Nyoman. (2012). Metode Penelitian. Yogyakarta : Andi.
- [5] Daryanto, Aris Dwi Cahyono, Widyaiswara. (2013). Kewirausahaan : Penanaman Jiwa Kewirausahaan. Malang : Gava Media.
- [6] Daryanto. (2012). Kewirausahaan : Pendidikan Kewirausahaan. Yogyakarta: Gava Media
- [7] Echdar, Saban. (2013). Manajemen Entrepreneurship Kiat Sukses Menjadi Wirausaha. Yogyakarta : Andi.
- [8] Fakultas Ekonomi. (n.d.). Diakses pada 9 Oktober 2017 dari <http://mgt.eco.maranatha.edu>.
- [9] Fakultas Ekonomi. (n.d.). Mata Kuliah Wajib Konsentrasi Kewirausahaan. Diakses pada 15 November 2017 dari http://mgt.eco.maranatha.edu/?page_id=5241.
- [10] Ghina, A., Simatupang, T. M., & Gustomo, A. (2015). Building a Systematic Framework for Entrepreneurship Education. *Journal of Entrepreneurship Education*, Vol. 18 Iss 2 pp. 73-97.
- [11] Global Entrepreneurship Monitor (2015). Entrepreneurship in Indonesia : Conditions and Opportunities For Growth and Sustainability 2015/2016 Indonesia Report. Tersedia di : <http://www.gemconsortium.org/report>.
- [12] Man, T. W., Lau, T., & Chan, K. F. (2002). The Competitiveness of Small and Medium Enterprises: A Conceptualization With Focus on Entrepreneurial Competencies. *Journal of Business Venturing*, 17(2). 123-142.
- [13] Marie Naomy, Tando. (2013). Organisasi dan Manajemen Pelayanan Kesehatan. Jakarta : In Media.
- [14] Rencana Induk Pengembangan Universitas Kristen Maranatha 2014 – 2034 (2013). Diakses pada 23 November 2017 dari https://event.maranatha.edu/modules/ppsp/assets/download/Renip_2014-2034.pdf
- [15] Rencana Induk Pengembangan Universitas Kristen Maranatha 2014 – 2034 (2013). Diakses pada 23 November 2017 dari https://event.maranatha.edu/modules/ppsp/assets/download/Renstra_Rencana_Strategis_2014-2019.pdf
- [16] Saroni, Mohammad. (2012). Mendidik dan Melatih Entrepreneur Muda ; Membuka Kesadaran Atas Pentingnya Kewirausahaan bagi Anak Didik. Jogjakarta : Ar-Ruzz Media.
- [17] Slamet, Franky, Hetty Kurnia Tunjungsari dan Mei Le. (2016). Dasar – Dasar Kewirausahaan Teori dan Praktik. Jakarta : PT. Indeks.
- [18] Suryana. (2014). Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta : Salemba Empat.
- [19] Suparyanto. (2013). Kewirausahaan Konsep dan Realita pada Usaha Kecil . Bandung : Alfabeta.
- [20] Sugiyono. (2014). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung : Alfabeta.
- [21] Unit Bisnis Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha (n.d.). Diakses pada 23 November 2017 dari <https://www.maranatha.edu/activity/unit-bisnis-mahasiswa/>.
- [22] Universitas Kristen Maranatha (n.d.). Diakses pada 7 November 2017 dari <https://www.maranatha.edu/>.
- [23] Yusuf Hamali, Arif. (2016). Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan. Jakarta : Prenadamedia Group.

