

Strategi Inovasi Usaha Civitas Akademika STEBIS IGM Melalui Media Informasi Teknologi Berbasis Web

Chandra Satria, Doly Nopiansyah

Program Studi Ekonomi Syariah STEBIS IGM Palembang

Email : chandras@stebisigm.ac.id, dolynopiansyah@stebisigm.ac.id

Abstract

Campus is an environment that can be a mediator and facilitator in developing the creativity of students as the nation's young generation, and campus academic activities have a role to teach, educate, train, and motivate students to become intelligent, creative, innovative, independent and able to create an opportunity to be able to create a workspace not only for itself but also the environment. Utilization of website-based information technology can deepen and practice their business skills during lectures in college.

Keywords : *Innovation, Effort, STEBIS IGM*

Abstrak

Kampus merupakan suatu lingkungan yang dapat menjadi mediator dan fasilitator dalam mengembangkan kreatifitas mahasiswa selaku generasi muda bangsa, dan aktifitas akademik kampus memiliki peran untuk mengajarkan, mendidik, melatih, serta memotivasi mahasiswa nya untuk menjadi insan yang cerdas, kreatif, inovatif, mandiri serta mampu membuat sebuah peluang untuk dapat menciptakan ruang kerja tidak hanya bagi dirinya sendiri tapi juga lingkungan sekitar. Pemanfaatan teknologi informasi berbasis website dapat memperdalam dan mempraktekan keterampilan berbisnis mereka dalam masa perkuliahan dikampus.

Kata Kunci: *Inovasi, Usaha, STEBIS IGM*

Pendahuluan

Kampus merupakan suatu lingkungan yang dapat menjadi mediator dan fasilitator dalam mengembangkan kreatifitas mahasiswa selaku generasi muda bangsa, dan aktifitas akademik kampus memiliki peran untuk mengajarkan, mendidik, melatih, serta memotivasi mahasiswa nya untuk menjadi insan yang cerdas, kreatif, inovatif, mandiri serta mampu membuat sebuah peluang untuk dapat menciptakan ruang kerja tidak hanya bagi dirinya sendiri tapi juga lingkungan sekitar. Oleh karena itu kampus harus memiliki kebijakan yang bisa menyiapkan anak didiknya memiliki kemampuan mutu yang berdaya saing sehingga terbentuk mahasiswa-mahasiswa mandiri melalui konsep learning by doing yaitu sebuah system pembelajaran yang disiapkan untuk memberikan stimulus dan semangat berkarya setiap mahasiswa dengan kemampuan dan potensi yang bisa dimunculkan dan dikembangkan lebih lanjut sehingga dapat menjadi dedikasi nyata dalam kehidupan selanjutnya. Entrepreneurial campus atau kampus wirausaha bisa menjadi paradigma yang dibutuhkan kedepan untuk

kemajuan tidak hanya kampus dapat juga pembangunan suatu bangsa dan Negara. Dengan paradigma tersebut dapat melahirkan wirausaha-wirausaha muda yang siap menyukseskan dirinya serta membahagiakan lingkungan sekitarnya dengan manfaat keberadaan usaha tersebut. Beberapa strategi dan metode yang bisa dibuat dan dikembangkan di kampus untuk memfasilitasi potensi jiwa usaha mahasiswa adalah sebagai berikut (1). Pembentukan Pusat kajian dan Bisnis Kampus; (2) Pembentukan Pusat Pelatihan Kompetensi dan pengembangan Usaha Kreatif Mahasiswa; (3) Pendirian Wadah Kreatifitas mahasiswa; (4). Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap produk dan jasa kreatifitas mahasiswa.; (5). Pelatihan program studi kelayakan bisnis mahasiswa.

Pemberdayaan usaha mahasiswa kampus akan menjadi bibit usaha awal dari jenis usaha kecil (UMKM) yang bisa diharapkan kedepan berkembang menjadi usaha yang lebih besar. Potensi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam penguatan ekonomi suatu Negara sangat penting, karena sejarah telah mencatat dan membuktikan kekuatan UMKM dalam menghadapi krisis ekonomi yang terjadi seperti pada tahun 1998, guncangan ekonomi yang melanda bangsa Indonesia saat itu menyebabkan krisis ekonomi secara sistematis mempengaruhi pelaku usaha besar terutama yang terkait dengan sumber dana atau bahan pokok usaha yang berasal dari luar negeri atau lembaga pembiayaan keuangan konvensional yang juga sebagian besar sumber dana dari pelaku usaha luar negeri. Sehingga perubahan terhadap tingkat suku bunga yang tinggi menyebabkan pelaku usaha harus mereskedul pembayaran atau ada yang sampai gagal bayar. Pada periode yang sama usaha berskala kecil dan menengah ternyata mampu bertahan dan bisa menjalankan aktifitas usahanya diantara berkecamuk. krisis ekonomi yang terjadi.

Fenomena yang terjadi terhadap UMKM ini karena karena mayoritas pendanaan usaha berskala kecil tidak terlalu tergantung pada pembiayaan besar atau pinjaman dari luar negeri dalam bentuk kurs dollar. Sehingga, ketika terjadinya fluktuasi nilai tukar uang, perusahaan kategori besar yang secara umum selalu berurusan dengan mata uang asing yang paling merasakan dampak imbas krisis yang terjadi. Mahasiswa merupakan sumber daya manusia yang memiliki potensi tinggi untuk dapat membuat hal baru karena secara psikologi umur muda akan berdampak terhadap keinginan tahunan dan mencoba sesuatu yang baru cukup tinggi. David McClelland (1998:25-28) menyatakan bahwa ada tiga sifat baku yang ada dalam setiap diri manusia, yaitu: *need of power*, *need of affiliation*, dan *need of achievement*. Ketiga sifat baku tersebut merefleksikan karakteristik kewirausahaan, sebagai berikut: (1) Adanya keinginan untuk berprestasi; (2) Adanya keinginan untuk bertanggung jawab; (3) Mempunyai preferensi kepada resiko-resiko menengah; (4) Mempunyai persepsi pada kemungkinan berhasil; (5) Memperhitungkan umpan balik dan apa yang mereka kerjakan; (6) Mempunyai aktivitas enerjik; (7) Berorientasi masa depan; (8) Mempunyai keterampilan dalam pengorganisasian; serta (9) Sikap menomorduakan uang.

Perkembangan Teknologi yang sangat dinamis dan berkembang dengan cepat, menyebabkan informasi sangat mudah sekali untuk diperoleh dengan hanya sekali klik. Salah satu media informasi yang digunakan untuk menjadi fasilitator informasi adalah adanya situs website. Website sendiri merupakan suatu halaman dunia maya yang dapat diakses dengan internet, menyediakan berbagai informasi untuk memenuhi kebutuhan pribadi maupun bisnis. Menurut *Global Web Index*, 62% pengunjung *website* hanya untuk mencari informasi mengenai merek

maupun produk, dan ini bisa menjadi pertimbangan untuk meningkatkan kinerja usaha dengan memanfaatkan situs website untuk media *branding* maupun promosi suatu produk. Selain itu fungsi situs website dapat digunakan juga sebagai (1). *Branding* yaitu merupakan salah satu hal penting yang tidak boleh dilewatkan dalam membangun sebuah bisnis. Dengan memiliki *website*, Anda dapat secara langsung menyajikan informasi yang membantu Anda dalam memperkenalkan merek atau produk yang dipasarkan atau dijual. Bukan hanya itu, dengan *website*, pelanggan juga dapat lebih percaya dengan bisnis yang sedang Anda jalankan, dan tentunya Anda dapat melakukan komunikasi dua arah melalui *website*; (2) Media Promosi yaitu bahwa *Website* bukanlah sebuah toko yang bisa tutup dan buka, semua orang dapat mengaksesnya di mana pun dan kapan pun. *Website* adalah media promosi yang paling murah, efektif, dan efisien. Dengan *website*, Anda dapat memberikan informasi mengenai produk, potongan harga, dan lain sebagainya. Dengan begitu, pelanggan Anda dapat menerima informasi dengan cepat dan tepat ; (3). Pengenalan Produk atau Merk yaitu bahwa dengan mengunjungi *website*, pelanggan dapat dengan mudah mengetahui segala hal tentang produk dan merek yang Anda pasarkan. Dengan mengetahui berbagai informasi tersebut, pelanggan dapat segera mengambil keputusan untuk melakukan pembelian jika tertarik, atau mencari produk lain yang mereka butuhkan melalui *website*. Bukan hanya informasi produk, Anda juga dapat menambahkan sedikit informasi tentang perusahaan. Dengan begini, Anda tak perlu repot lagi menjawab pertanyaan pelanggan satu per satu, karena dengan *website*, semua informasi yang dibutuhkan pelanggan telah tersedia di dalamnya; (4). Meningkatkan Penjualan yaitu bahwa *website* dapat membantu calon pelanggan atau pelanggan Anda mendapatkan informasi mengenai produk yang Anda jual. Ketika pelanggan tertarik, mereka akan melakukan transaksi penjualan di dalam *website*. Dengan begitu, penghasilan bisnis Anda akan ikut meningkat. Jadi, cobalah mulai membuat *website* dengan fitur penjualan *online* di dalamnya.

Melihat uraian di atas dapat disimpulkan bahwa peranan kampus dalam menyediakan suatu wadah yang memberikan kesempatan melalui usaha sejak masa kuliah berjalan diberikan, sangatlah penting, akan tetapi yang lebih penting adalah bagaimana peranan kampus secara nyata mengawal keberadaan mahasiswanya untuk bergabung dalam wadah pengembangan usaha mahasiswa yang dibantu dengan interaksi pemanfaatan teknologi informasi berbasis website tersebut. Karena tanpa memberikan gambaran secara jelas apa saja manfaat wirausaha dan peran teknologi informasi berbasis website, maka besar kemungkinan para mahasiswa tidak ada yang termotivasi untuk bergabung memperdalam dan mempraktekan keterampilan berbisnis mereka dalam masa perkuliahan dikampus.

Metode Pengabdian

1. Tahap Persiapan
 - a. Survei tempat pelaksanaan kegiatan.
 - b. Melaksanakan observasi dan wawancara ke rekan Dosen dan Perwakilan organisasi mahasiswa untuk menentukan prioritas permasalahan yang harus segera diselesaikan.
 - c. Melakukan proses pengumpulan data guna mempersiapkan bahan dalam proses perancangan modul.

- d. Pembuatan proposal.
 - e. Persiapan sarana dan sosialisasi untuk kegiatan pelatihan dan penawaran paket pelatihan
- 2 Tahap Pelaksanaan Kegiatan
- Pelaksanaan kegiatan pengabdian melalui kegiatan pelatihan ini terdiri dari beberapa kegiatan diantaranya:
- a. Analisis kebutuhan: Merupakan rangkaian kegiatan yang ditujukan untuk menemukan kebutuhan suatu sistem melalui komunikasi dengan civitas akademika STEBIS IGM sebagai pengguna sistem dan pihak lain yang memiliki kepentingan.
 - b. Perancangan: merupakan suatu proses dalam merancang system promosi berbasis WEB dan rencana pemanfaatannya.
 - c. Implementasi sosialisasi pemanfaatan web Belanjokampus.com STEBIS IGM.
 - d. Pelatihan dan sosialisasi : melaksanakan sesuai dengan tujuan yang akan dicapai, yaitu memberikan memberikan wadah system promosi berbasis web, dengan nama Belanjokampus.com STEBIS IGM untuk mengenalkan dan membantu sosialisasi produk umkm mahasiswa dan sosialisasi penggunaannya.
- 3 Tahap Akhir
- Setelah pelaksanaan kegiatan pelatihan dan sosialisasi ini, maka dilanjutkan dengan beberapa kegiatan berikut:
- a. Melakukan perekrutan pelaku UMKM STEBIS IGM dengan cara mendata masukan isian formulir digital yang telah di isi dan dikembalikan ke pengelola Situs Belanjokampus.com
 - b. Melakukan evaluasi kegiatan pelatihan menggunakan kuesioner sejauh mana pemanfaatan system promosi Belanjokampus STEBIS IGM meningkatkan tingkat penjualan produk UMKM civitas akademika STEBIS IGM..
 - c. Evaluasi keberhasilan kegiatan ini adalah melalui questioner kepada pelaku umkm kampus STEBIS IGM untuk mengetahui sejauh mana civitas akademika bisa memanfaatkan situs web. Belanjokampus.com untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.
 - d. Melihat berapa banyak keterlibatan pelaku umkm STEBIS IGM dan pendaftaran calon pelanggan untuk mengakses Web. Belanjokampus.com
 - e. Pembuatan laporan hasil kegiatan.
 - d. Pengumpulan laporan hasil kegiatan

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang berjudul” Strategi Inovasi Usaha Civitas Akademika Stebis Igm Melalui Media Informasi Teknologi Berbasis Web” untuk civitas akademika *STEBIS IGM* telah dilaksanakan pada hari selasa tanggal 14 April 2020 melalui sarana videoconference dengan aplikasi ZOOM terpusat control langsung dari kampus STEBIS IGM dengan masing-masing civitas akademika STEBIS IGM seperti perwakilan dosen dan mahasiswa,

1. Identifikasi Masalah di kampus STEBIS IGM

Kegiatan awal sebelum melaksanakan kegiatan pelatihan dan sosialisasi penggunaan system pemasaran berbasis web ini diawali dengan melakukan identifikasi masalah. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan informasi terkait dengan permasalahan pemberdayaan aktifitas usaha kalangan akademisi STEBIS IGM di suasana wabah COVID 19 tahun 2020. Wawancara dan diskusi yang telah dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat terhadap civitas akademika STEBIS IGM diantara pandemic Covid 19 yang sedang hangat-hangat menyebar di masyarakat dunia, dan sebagian di Indonesia didapatkannya masalah-masalah kesulitannya civitas akademika STEBIS IGM dalam memasarkan secara langsung produk-produk dan jasa civitas akademika dikarenakan seluruh kegiatan kampus dialihkan dalam bentuk koordinasi dan pertemuan jarak jauh melalui pemanfaatan media sosial dan system Pembelajaran jarak jauh (PJJ) on line dikarenakan arahan dan kebijakan pemerintah untuk memutuskan rangkaian penyebaran wabah Covid 19.

Kebijakan pemerintah untuk mengarahkan seluruh aktifitas yang tadinya bisa dilaksanakan secara langsung digantikan dengan system online atau hubungan komunikasi jarak jauh. Sehingga penawaran hasil produk civitas akademika yang selama ini bisa dilaksanakan langsung disela kegiatan kampus dengan kondisi kebijakan ini, tidak bisa seperti biasa menawarkan produk dan jasa yang bisa ditawarkan. Pelatihan dan sosialisasi pemanfaatan web Belanjokampus.com sebagai sarana peningkatan pemasaran produk civitas akademika STEBIS IGM atas antisipasi pelaksanaan kebijakan jaga jarak akibat pembatasan penyebaran COVID 19 diharapkan menjadi solusi jangka pendek dan panjang untuk tetap memberikan semangat dan peningkatan atmosfer usaha dikalangan civitas akademika STEBIS IGM.

2. Penentuan Metode Pelatihan dan sosialisasi pemanfaatan Situs WEB Usaha STEBIS IGM

Terdapat banyak sekali metode pelatihan dan sosialisasi yang dapat diberikan kepada peserta kegiatan pengabdian masyarakat. Metode pelatihan yang diberikan seperti Consultan case, case study, lecture, mentoring and apprenticeship, programmed instruction, role-modelling, role play, fulfill form kepersertaan sebagai pemilik usaha. Metode pelatihan dan sosialisasi yang sesuai adalah Consultaining case yaitu metode pendampingan usaha dengan pemanfaatan penuh sarana web Belanjokampus sebagai rumah pemasaran yang dapat dikenal lebih baik oleh pihak-pihak atau customer yang berkepentingan terhadap suatu barang atau jasa yang dimiliki civitas akademika STEBIS IGM IGM. Kegiatan pelatihan dan sosialisasi dilaksanakan dengan pemanfaatan videoconference dengan para peserta yang terdiri dari rekan dosen, mahasiswa dan tenaga kependidikan terpusat operator dari kampus STEBIS IGM Palembang. Kondisi pelatihan dan sosialisasi ini memudahkan para peserta untuk tetap bisa berinteraksi terkait dengan materi yang disampaikan dan langsung bisa mempraktekan langsung pemanfaatan web Belanjokampus.com sebagai sarana peningkatan pemasaran produk dan jasa civitas akademika STEBIS IGM.

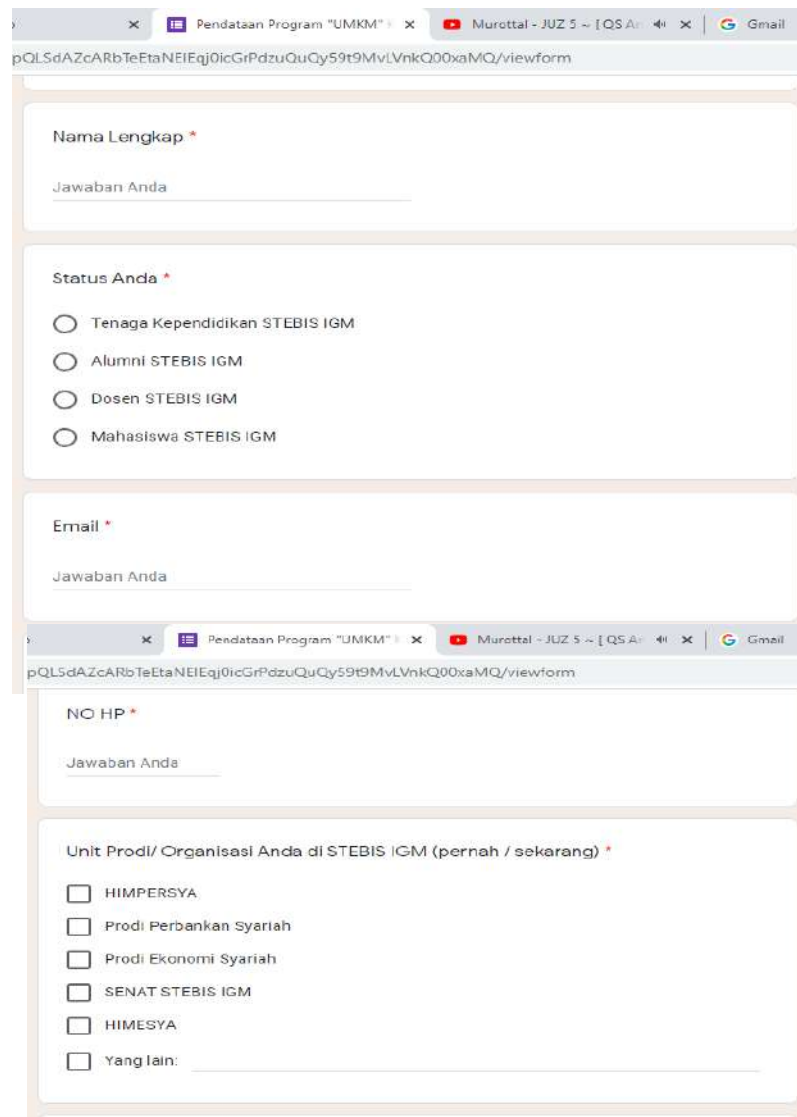
3. Perekrutan peserta dan pendaftaran peserta pelaku usaha UMKM civitas akademika STEBIS IGM.

Perekrutan pelaku UMKM STEBIS IGM diawali dengan pengisian form secara online dengan link : <http://bit.ly/buy-stb>

Gambar 1.



The screenshot shows the top part of a web browser displaying a registration form. The browser tabs include 'Pendaftaran Program "UMKM"', 'Murottal - JUZ 5', and 'Gmail'. The URL is 'pQLSdAZcARbTeEtaNEIEqj0icGrPdzuQuCy59t9MvLVnkQ00xaMQ/viewform'. Below the browser interface is a decorative banner image of a desk with a notebook, pens, and a coffee cup. The main heading is 'Pendaftaran Program "UMKM" KAMPUS STEBIS IGM'. The introductory text explains the program's purpose: to collect information from academic civitas (doctors, students, and alumni) to support UMKM during the COVID-19 pandemic. It lists the organizing bodies: UKM-BPM, BPPM, Satgas Covid-19 STEBIS IGM, and SENAT STEBIS IGM. It also states that the user's name and photo will be recorded upon upload and provides a link to change the account name: [chandras@stebisigm.ac.id? Ganti akun](mailto:chandras@stebisigm.ac.id). A red asterisk indicates a required field.



This screenshot shows the input fields of the registration form. The fields are: 'Nama Lengkap *' with a text input field; 'Status Anda *' with four radio button options: 'Tenaga Kependidikan STEBIS IGM', 'Alumni STEBIS IGM', 'Dosen STEBIS IGM', and 'Mahasiswa STEBIS IGM'; 'Email *' with a text input field; 'NO HP *' with a text input field; and 'Unit Prodi/ Organisasi Anda di STEBIS IGM (pernah / sekarang) *' with a list of checkboxes: 'HIMPERSYA', 'Prodi Perbankan Syariah', 'Prodi Ekonomi Syariah', 'SENAT STEBIS IGM', 'HIMESYA', and 'Yang lain:'. The browser interface at the top is identical to the previous screenshot.

Pengisian formulir digitas diatas memfasilitas peserta untuk mendata pribadi pelaku umkm dan dapat mendaftarkan produk apa yang akan ditawarkan di rumah web Belankokampus.com. Situs pemasaran kampus STEBIS IGM membantu para pelaku UMKM civitas akademika kampus STEBIS IGM untuk dapat kembali menawarkan produk atau jasa dan membangun komunikasi dikalangan kampus dan masyarakat untuk kembali bisa bertransaksi terhadap produk kampus yang diminati oleh masyarakat.

Dengan menjadi peserta pelatihan dan sosialisasi ini, civitas akademika yang memiliki produk atau jasa dapat menawarkan usahanya dengan lebih luas melalaui situs web. Belanjokampus.com. calon customer akan lebih gampang dan mudah mengakses produk atau jasa yang diminati dengan pilihan yang tersedia di situs tersebut. Tujuan dan pemanfaatan situs web ini memudahkan pelaku umkm untuk dapat menyediakan :

- 1) Ketersediaan informasi produk dan panduan produk;
- 2) Ketersediaan gambar-gambar seperti foto atau ilustrasi produk;
- 3) Ketersediaan video yang mampu memvisualisasikan produk atau menampilkan presentasi pendukung;
- 4) Ketersediaan lampiran dokumen dokumen yang berisi informasi dalam berbagai format;
- 5) Ketersediaan komunikasi online dengan pelaku UMKM;
- 6) Ketersediaan alat transaksi dan variasi media pembayaran;
- 7) Ketersediaan bantuan dan layanan konsumen;
- 8) Ketersediaan dukungan opini online;
- 9) Ketersediaan tampilan testimonial;
- 10) Ketersediaan catatan pengunjung;
- 11) Ketersediaan penawaran khusus;
- 12) Ketersediaan sajian informasi terbaru melalui SMS-blog;
- 13) Kemudahan pencarian produk;
- 14) Kemampuan menciptakan visibilitas dan kesadaran merek;
- 15) Kemampuan mengidentifikasi dan menarik pelanggan baru;
- 16) Kemampuan penguatan citra merek yang diterima oleh konsumen.

4 Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

Kegiatan pelatihan dan sosialisasi ini dilaksanakan pada tanggal 14 April 2020 dimulai dari pagi pukul 09.00 dan selesai 12.00. Kegiatan dilaksanakan dengan fasilitas videoconference sosialisasi dengan calon pelaku umkm STEBIS IGM. Pusat control videoconference berlokasi di kampus STEBIS IGM. Kondisi seperti ini dilaksanakan karena dalam kondisi suasana penyebaran covid 19 sehingga peserta pelatihan dan sosialisasi mengikuti kegiatan ini jarak jauh dengan fasilitas videoconference program Zoom.

Rundown kegiatan pelatihan dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini:

No.	Tanggal	Pukul	Kegiatan	Keterangan
1.	14 April 2020	09.00	Persiapan login peserta akses zoom conference	Diikuti 35 peserta terdiri dari dosen, mahasiswa dan tenaga

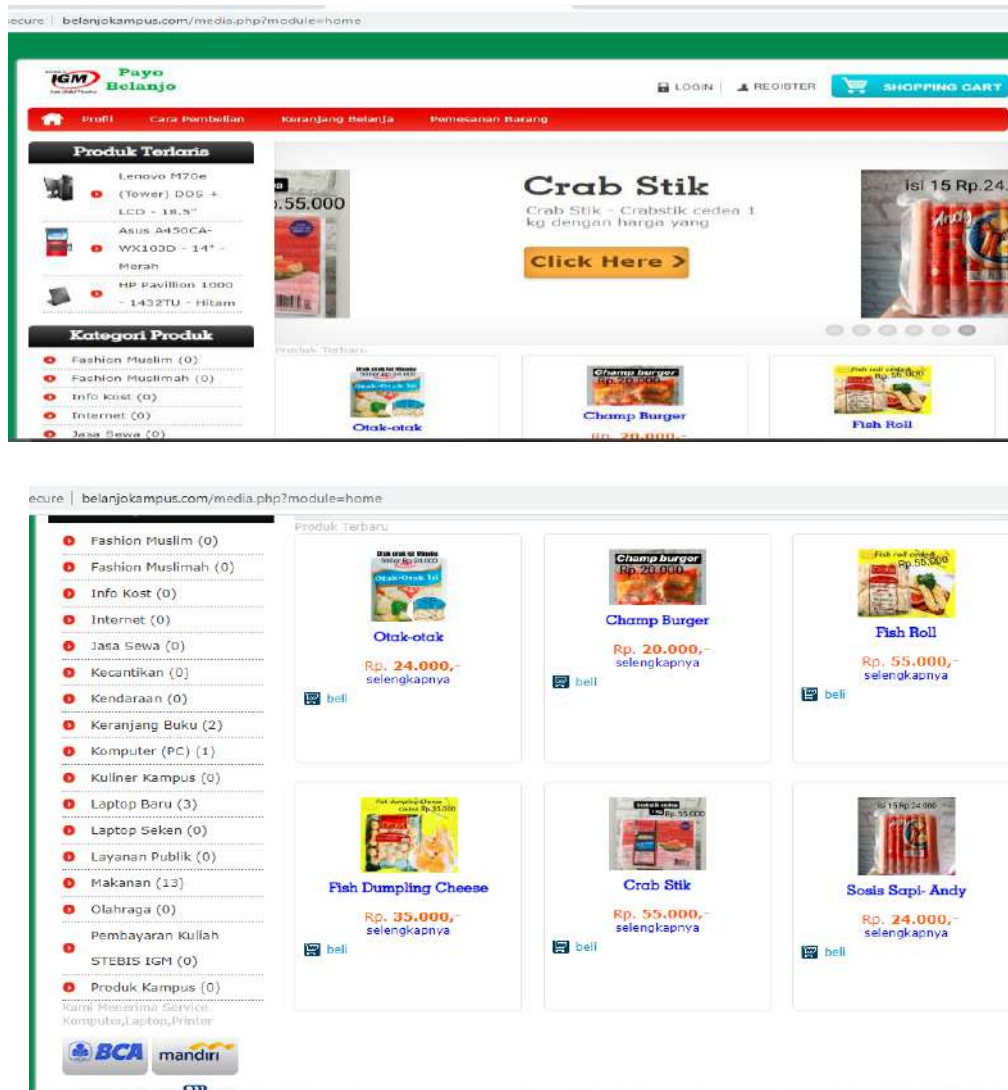
				kependidikan dilingkungan STEBIS IGM
2		09.15- 10.30	Pemafaran materi dan sosialisasi pemanfaatan WEB. Belanjokampus.com STEBIS IGM	
3		10.30- 10.50	Diskusi dan pertanyaan	
4		11.20- 12.00	Pendampingan pengisian pendaftaran peserta Pelaku UMKM ke situs Belanjokampus.com	
5		12.00- 12.15	Selesai.	



Gambar diatas adalah sosialisasi dan pembekalan pendaftaran pelaku UMKM civitas Akademika STEBIS IGM melalui media Web Site Belanjokampus.com

5. Evaluasi

Kegiatan pelatihan dan sosialisasi telah dilaksanakan akan dievaluasi. Evaluasi yang digunakan adalah evaluasi kegiatan pendaftaran pelaku UMKM Stebis igm di Situs Web Belanjokampus.com. Evaluasi reaksi dilakukan dengan pembagian kuesioner kepada peserta mengenai serangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan. Evaluasi feedback atas pendaftaran di situs web Belanjokampus.com telah dilaksanakan dan beberapa peserta sudah terdaftar di didalam web. Belanjokampus.com dan mengisikan beberapa produk yang akan ditawarkan untuk calon pembeli atau *customer*



Gambar diatas menampilkan sebagian produk UMKM STEBIS IGM yang telah siap ditawarkan melalui situs Web. Belanjokampus.com

Simpulan

Tahapan untuk melaksanakan kegiatan pelatihan dan sosialisasi ini diawali dengan perumusan akar masalah dan kebutuhan pengembangan pelaku usaha UMKM dalam kondisi penyebaran wabah Covid 19. Melihat masukan dan hasil diskusi dengan beberapa civitas akademika STEBIS IGM, maka ditentukan langkah untuk bisa mencari solusi dengan penyediaan media sosial yang baik dan mampu memberikan kepercayaan yang dilakukan dengan wawancara kepada narasumber, dalam hal ini. Solusi yang diberikan tersebut kemudian dirancang dan disiapkan alat dan bahan dalam menunjang kegiatan pengabdian. Setelah kegiatan dilaksanakan, maka untuk mengetahui berhasil atau tidaknya kegiatan ini, dilakukanlah evaluasi kepada peserta kegiatan, antusiasme dan harapan besar pelaku umkm civitas akademika STEBIS kembali dapat meningkatkan perekonomian pelaku usaha kampus STEBIS IGM dengan sarana dan wadah yang baik melalui akses Web. Belanjokampus.com STEBIS IGM dengan daftar peserta

dalam komunitas usaha bisnis civitas akademika STEBIS IGM. Kegiatan pelatihan ini diikuti oleh peserta sebanyak 50 orang dari beberapa bagian di civitas akademika STEBIS IGM seperti Dosen, Mahasiswa dan tenaga kependidikan

DaftarPustaka

- Darwanto. (2012). “Peran *Entrepreneurship* dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi dan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat”. Tersedia [online] juga di: http://eprints.undip.ac.id/36859/1/darwanto-Peran_Entrepreneur_proceed_polines.pdf [diakses di Bandung, Indonesia: 20 Oktober 2014].
- Yuliana, Lia. (2012). “Peranan Perguruan Tinggi dalam Mengembangkan Sikap Mental Kewirausahaan Mahasiswa”. Tersedia [online] juga di: www.uny.ac.id [diakses di Bandung, Indonesia: 23 Februari 2014].
- Yusri. (2005). “Pembinaan dan Pengembangan Pendidikan Kewirausahaan pada Siswa STM (Sekolah Teknik Menengah)”. *Disertasi Doktor Tidak Diterbitkan*. Bandung: PPs-UPI [Program Pascasarjana – Universitas Pendidikan Indonesia].