

MENCARI BENTUK MENGAJAR *ENTREPRENEURSHIP* PADA PERGURUAN TINGGI

Bambang Pratama

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Nusantara,
Jln. K.H. Syahdan No. 9, Palmerah, Jakarta Barat 11480
bambangpratama@binus.edu, bptama@binus.ac.id

ABSTRACT

The high number of unemployment in Indonesia is caused by college graduates not brave enough to determine a career path as an entrepreneur. The embedded bad image and false myths about entrepreneurs has made its spread very low in Indonesia. Universities in Indonesia are looking for a more effective form of teaching entrepreneurship so as to produce graduates who are productive rather than educated, but unemployed graduates. Entrepreneurship is very unique because it contains multiple disciplines. There are various forms of teaching entrepreneurship used by different countries in the world from various literatures. Universities and entrepreneur lecturers should be able to take an example on (adapt and adopt) how to teach according to the college culture and taught students, without having to look at what disciplines the student is enrolled in, also by integrating the values of entrepreneurship in the curriculum and extracurricular activities as supporting activities. Thus, entrepreneurial atmosphere can be created within the campus so that students, during their stay in college, do not seem to have lived and becoming used to a dynamic entrepreneurial environment, inspiring, and full of innovation. Thus, graduates will be braver in becoming an entrepreneur without it becomes their last choice like the current situation.

Keywords: higher education, entrepreneurship, students, teaching method

ABSTRAK

Tingginya jumlah pengangguran di Indonesia disebabkan ketidakberanian para lulusan perguruan tinggi untuk menentukan pilihan karir sebagai entrepreneur. Tertanamnya image yang buruk dan mitos-mitos keliru tentang entrepreneur membuat penyebarannya sangat rendah di Indonesia. Perguruan tinggi di Indonesia sedang mencari bentuk pengajaran entrepreneurship yang efektif sehingga menghasilkan lulusan yang produktif, bukan lulusan yang menjadi pengangguran yang terdidik. Entrepreneurship menjadi sangat unik karena di dalamnya multi disiplin ilmu. Terdapat berbagai bentuk pengajaran entrepreneurship yang digunakan oleh berbagai negara di dunia dari berbagai literatur. Seharusnya perguruan tinggi dan dosen entrepreneur dapat mencontoh (adapt and adopt) cara mengajar sesuai dengan kultur perguruan tinggi dan mahasiswa yang diajar, tanpa harus memandang satu disiplin ilmu apa yang harus didalami oleh mahasiswa. Selain itu, juga dengan mengintegrasikan nilai-nilai entrepreneur dalam kurikulum dan ekstrakurikuler sebagai pendukung. Dengan demikian, terciptanya suasana entrepreneurship di dalam kampus sehingga tidak terasa mahasiswa selama studi telah hidup dan terbiasa dalam lingkungan entrepreneur yang dinamis, inspiratif, dan penuh inovasi. Dengan demikian, lulusan akan berani untuk menjadi seorang entrepreneur tanpa harus menjadi pilihan pekerjaan terakhir seperti yang selama ini terjadi.

Kata kunci: perguruan tinggi, entrepreneurship, mahasiswa, teaching method

PENDAHULUAN

Pola pengajaran *entrepreneurship* yang tepat di perguruan tinggi selalu menjadi bahan perdebatan yang tidak pernah berakhir seperti mendiskusikan *nature vs. nurture*. Berangkat dari disiplin ilmu dan keyakinan yang berbeda, maka wajar perdebatan ini tidak pernah berakhir. Tetapi, selain memperdebatkan telur dan ayam, manakah yang lebih dahulu ada? Ada hal yang lebih penting, yaitu *output* atas metode pengajaran *entrepreneurship* tersebut. Apakah perguruan tinggi di Indonesia telah mencetak *entrepreneur* baru yang dilahirkan oleh universitas. Jawabannya adalah belum. Hal ini terlihat dari jumlah *entrepreneur* di Indonesia yang jumlahnya hanya 400 ribu orang, sedangkan seharusnya adalah 2% (David McClelland) dari jumlah penduduk Indonesia, yaitu 4,5 juta lebih.

Berkaca pada negara tetangga, Singapura yang jumlah penduduknya hanya 5 juta jiwa lebih, jumlah *entrepreneur* mencapai 7% atau 350 ribu, atau dibandingkan dengan Jepang 10%, Amerika Serikat yang mencapai 12%, maka di Indonesia jumlahnya masih rendah. Oleh sebab itu, Indonesia juga tidak banyak menyumbangkan 100 orang terkaya di dunia yang 70% berasal dari pebisnis (*Leveraging Time to Create Wealth*). Celakanya, jumlah pengangguran di Indonesia yang tinggi, khususnya pengangguran terdidik dan cenderung kian bertambah di tengah terpaan krisis global beberapa tahun belakangan ini. Rendahnya jumlah *entrepreneur* di Indonesia dikarenakan perilaku tidak berani ambil risiko dan pada umumnya masyarakat lebih memilih jalur aman, yaitu menjadi pegawai negeri (Dwi Larso, IICIES, 2010). Hal ini amatlah bertentangan dengan karakter seorang *entrepreneur*, yaitu *risk taker*. Oleh sebab itu, tantangan bagi perguruan tinggi dalam merubah *mindset* “*play safe*” menjadi “*risk taker*” adalah tidakan yang tidak mudah.

Entrepreneurship mempunyai peran yang sangat penting sebagai salah satu pilar ekonomi. Akan tetapi, melihat rendahnya jumlah *entrepreneur* di Indonesia, maka untuk men-*setup mindset* baru, dibutuhkan reformasi sistem belajar mengajar pada perguruan tinggi yang inovatif. Menjawab tantangan ini, sesungguhnya bukan menjadi pekerjaan rumah perguruan tinggi sendiri, tetapi memerlukan komitmen yang tinggi dan konsisten dari beberapa unsur, yaitu ABG (Academia, Business, and Government). Beberapa program percepatan *entrepreneurship* telah digagas oleh pemerintah, di antaranya program hibah berupa modal bagi perguruan tinggi dalam menghasilkan usaha baru pada tingkat mahasiswa. Skim hibah merupakan perangsang bagi mahasiswa yang ingin memulai usaha baru. Umumnya memandang profesi *entrepreneur* dengan sebelah mata, atau juga pilihan kedua, ketiga dan seterusnya, bukan menjadi pilihan utama apalagi pilihan hidup. Program hibah ini juga menjadi solusi terhadap permasalahan klasik dalam memulai sebuah usaha, yaitu “modal”. Dengan program ini, maka dapat menjadi tantangan tersendiri bagi perguruan tinggi dalam menggali kreativitas dan inovasi pada diri mahasiswa dan mengantarkannya sehingga dapat menjalankan usaha melalui pembelajaran *entrepreneurship* di perguruan tinggi.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah (1) *Mindset* mahasiswa yang keliru tentang *entrepreneurship* adalah bukan merupakan pekerjaan dan tidak dapat dijadikan profesi dalam mencari uang, (2) Perbedaan *mindset* antara sesama dosen dalam mengajar *entrepreneurship* yang lebih banyak menggunakan metode ceramah dan pengkotak-kotakan disiplin ilmu dalam proses pengajaran, mengingat dalam *entrepreneurship* terdapat beberapa disiplin ilmu, misalnya marketing, management, finance, legal, dan sebagainya, (3) Pengajaran *entrepreneurship* seharusnya merupakan sebuah sistem pengajaran yang baru, inovatif, dan tidak ortodok. Hal ini tidak boleh hanya disampaikan melalui metode ceramah saja. Mahasiswa harus dapat dirangsang sehingga berani mencoba mempraktikkan sikap seorang *entrepreneur* dalam proses pembelajarannya, 4) *Entrepreneurship* seharusnya diajarkan oleh dosen yang juga praktisi bisnis yang masih dijalannya atau yang pernah dijalani oleh dosen/pengajar. Hal ini diperlukan dalam memberikan gambaran sesungguhnya dalam dunia bisnis karena dalam praktik bisnis kerap kali terjadi perbedaan tajam dengan teori yang selama ini diajarkan.

Tujuan penelitian ini adalah upaya peningkatan mutu pembelajaran *entrepreneurship* pada perguruan tinggi dan memberikan saran sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam upaya percepatan pertumbuhan *entrepreneur* muda pada perguruan tinggi. Selain itu, tujuan khusus yang ingin dicapai adalah (1) Upaya merubah *mindset* mahasiswa dalam memandang *entrepreneurship* tidak hanya semata-mata sebuah usaha dan sulit untuk berkembang. *Entrepreneurship* lebih dari itu dan dapat diterapkan tidak hanya pada usaha sendiri saja, tetapi dapat diterapkan dalam sebuah perusahaan, bahkan dapat dilakukan sebagai pemecah masalah sosial (*social entrepreneur*), (2) Memperkaya wawasan pengajar/dosen *entrepreneur* dalam menerapkan pada proses belajar mengajar sehingga dapat menggali potensi dan keberanian mahasiswa dalam bertindak seperti seorang *entrepreneur*, (3) Dengan berbagai macam model pengajaran *entrepreneurship*, maka pengajar/ dosen dapat mengadopsi dan menyesuaikan metode pengajaran yang paling tepat untuk digunakan dalam proses belajar mengajar *entrepreneurship* di perguruan tinggi, dan (4) Menjadi salah satu kontribusi dalam memperkaya pengetahuan *entrepreneurship* dalam dunia pendidikan tinggi.

Istilah *entrepreneur* berasal dari bahasa Prancis *entreprendre*, yang artinya mengambil langkah memasuki sebuah aktivitas tertentu atau sebuah *enterprise*, atau menyambut tantangan. Kata *entrepreneur* terdapat 3 hal penting, yaitu *creativity-innovation*, *opportunity creation*, dan *calculated risk-taking*. Tiga unsur inilah yang umumnya terdapat di semua *entrepreneur* manapun. Dalam dunia proses antara inovasi dan *opportunity* dapat dibolak-balik. Hal ini sifatnya relatif dan tergantung pada situasi, di mana seorang *entrepreneur* berada dan cara memandang sebuah peluang menjadi *market* (pasar) atau menemukan sebuah inovasi, lalu menciptakan *market*.

Tokoh *entrepreneur* pada masa awal adalah Marco Polo. Pada masa ini, terdapat 2 belah pihak, yaitu pihak pasif dan aktif. Pihak pasif adalah pemilik modal, sedangkan pihak aktif adalah yang menggunakan modal. Pada masa ini, Marco Polo melakukan perluasan perdagangan melalui jalur laut. Ia memiliki ide untuk membuka hubungan dagang dengan Asia pada abad ke-13 dan juga meyakini akan adanya keuntungan lain pada akhirnya. Selanjutnya, perkembangan *entrepreneurship* pada abad ke-17 tokohnya adalah Richard Cantillon, berpendapat bahwa seorang *entrepreneur* adalah *risk taker*. Pada masa ini, *entrepreneurship* diartikan berhadapan dengan ketidakpastian. Oleh sebab itu, diartikan sebagai pengambil risiko.

Masa selanjutnya adalah pada abad ke-18. Pada masa ini, *entrepreneur* dilekatkan pada pemilik modal dan dibedakan antara pemodal dengan penemu. Pada masa ke-19, *entrepreneurship* adalah sebagai pengorganisir dan pengatur sebuah perusahaan dalam memajukan usahanya. Memasuki abad ke-20, *entrepreneurship* banyak berkecimpung dalam bidang teknologi informasi, lingkungan, dan sosial kemanusiaan. Pemanfaatan teknologi informasi banyak melahirkan usaha-usaha baru yang kreatif dan inovatif. Permasalahan lingkungan pada abad milenium ini menimbulkan berbagai fenomena sosial lainnya seperti kelangkaan air bersih, minimnya lahan hijau, udara kotor, kemiskinan sampai dengan isu mengenai sampah. Jaman ini menurut beberapa ahli dikatakan sebagai jaman kompleksitas dan jaman kekacauan ekonomi, dikarenakan berbagai macam fenomena ekonomi terjadi seperti menguatnya ekonomi China secara spektakuler, diikuti dengan Korea dan Taiwan serta runtuhnya perekonomian Amerika Serikat.

Beberapa macam *entrepreneurship* menurut Ciputra (2009), yaitu (1) *Business entrepreneur*. Kelompok ini terbagi menjadi 2 yakni *owner entrepreneur* dan *professional entrepreneur*. *Owner entrepreneur* adalah para pencipta dan pemilik bisnis. *Professional entrepreneur* adalah orang-orang yang memiliki daya wirausaha, akan tetapi mempraktikkannya pada perusahaan orang lain; (2) *Government entrepreneur*, adalah pemimpin negara yang mampu mengelola dan menumbuhkan jiwa dan kecakapan wirausaha penduduknya. Contoh dari *government entrepreneur* adalah pemimpin negara Singapura, Lee Kuan Yew; (3) *Social entrepreneur*, di mana seseorang yang masuk dalam kelompok ini adalah para pendiri organisasi-organisasi sosial kelas dunia, yang berhasil menghimpun dana masyarakat untuk melaksanakan tugas sosial yang mereka yakini. Contohnya adalah Mohammad Yunus, peraih nobel perdamaian tahun 2006 serta pendiri Grameen Bank; (4) *Academic entrepreneur*,

adalah akademisi yang mengajar atau mengelola lembaga pendidikan dengan pola dan gaya *entrepreneur*, sambil tetap menjaga tujuan mulia pendidikan. Universitas Harvard dan Stanford merupakan beberapa universitas terkemuka yang mengelola dunia pendidikan dengan gaya *entrepreneur*.

Dari berbagai kelompok *entrepreneurship* di atas, kesemuanya memiliki kesamaan karakter, yaitu inovasi dan mampu melihat masalah menjadi sebuah peluang serta menciptakan tenaga kerja bagi yang lain. Sampai saat ini *entrepreneur* masih saja diartikan secara sempit, yaitu umumnya dikatakan sebagai wiraswasta saja, tanpa melihat diri seorang *entrepreneur* sesungguhnya yang berani, tangguh, kreatif, dan inovatif, yang berjalan di tengah kekacauan dan berbagai masalah sosial.

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif komparatif, sedangkan topik yang dibahas akan dieksplor dan dijelaskan secara mendalam, yaitu dengan mengkaji secara mendalam dan menggambarkan tentang pengajaran *entrepreneurship* pada perguruan tinggi dari berbagai negara di dunia. Adapun berbagai bahan kajian ini didapat dari hasil penelitian, seminar internasional dan prosiding, internet, dan buku-buku tentang pengajaran *entrepreneurship* di perguruan tinggi. Selanjutnya, bahan-bahan pendukung kajian disusun dan disistematisir sesuai dengan kebutuhan penulisan.

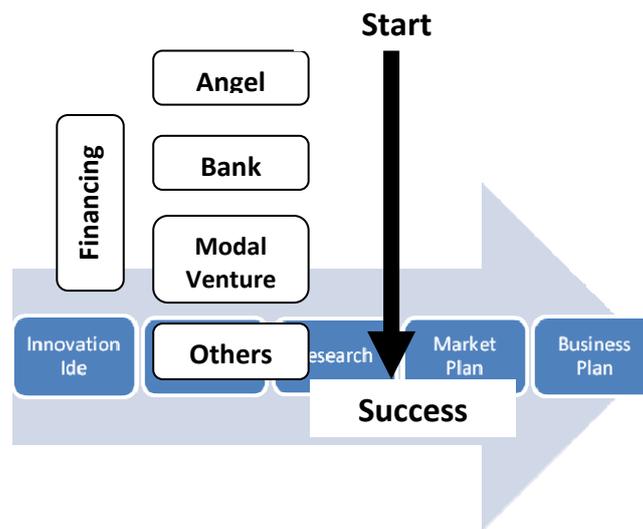
HASIL DAN PEMBAHASAN

Mindset Keliru Tentang *Entrepreneur*

Sebelum seseorang berpikir dan menentukan pilihan menjadi seorang *entrepreneur*, hal yang menjadi ganjalannya adalah *mindset* salah tentang *entrepreneur* itu sendiri. *Mindset* yang salah ditambah dengan mitos-mitos seputar *entrepreneur*, yang mengatakan bahwa seorang *entrepreneur* itu harus memiliki modal yang besar, spekulan, bukan pemikir, malas bekerja, tidak memiliki masa depan, dan berbagai mitos buruk lainnya.

Mitos-mitos ini tumbuh sangat kuat di masyarakat dan belum tentu juga apabila ada seorang mahasiswa yang telah menentukan pilihan hidupnya sebagai *entrepreneur* mendapat ijin dari orang tuanya karena perbedaan *mindset* itu sendiri. Untuk mengubah paradigma yang salah ini memang sulit dan perlu waktu dan pembuktian yang kuat dalam memecah mitos-mitos tersebut. Padahal, seorang pekerja atau karyawan yang selalu inovatif dan kreatif pada sebuah perusahaan dapat dikategorikan sebagai intrapreneur.

Entrepreneur dalam arti sempit bukanlah hanya seorang pedagang biasa, tetapi lebih dari itu. Dialah orang pilihan yang memiliki komitmen dan *passion* yang kuat terhadap bidang yang digelutinya sehingga dalam bekerja selalu melahirkan temuan serta cara baru dan unik. Selain itu, dia juga seorang yang tidak memandang masalah modal sebagai penghalang dalam memulai sebuah usaha, tetapi memandangnya sebagai tantangan.



Gambar 1 Proses Menjadi *Entrepreneur*
 Sumber: Yani Panigoro, 2010

Dari skema proses menjadi seorang *entrepreneur*, dapat terlihat bahwa modal bukan menjadi hambatan. Permodalan merupakan tahapan terakhir dari sebuah proses menuju komersialisasi. Terlihat bahwa dari mulai penggodokan ide dan inovasi sampai dengan bisnis plan merupakan proses yang harus dilalui dengan riset tentang segmentasi pasar. *Mindset* yang kerap kali keliru dan diyakini oleh banyak orang, termasuk mahasiswa adalah modal merupakan faktor utama yang berada di barisan paling depan dan menjadi ganjalan utama, seharusnya tidak demikian. Dalam membuat sebuah bisnis, masalah yang harus dijawab adalah bagaimana ketajaman dalam melihat sebuah peluang dan memanfaatkannya menjadi sebuah market yang potensial. Sebelum menjalankan sebuah usaha, seorang *entrepreneur* harus dapat juga melihat prospek ke depan dan menangkap pasar yang akan dituju. Apabila produk yang akan dipasarkan telah melalui proses riset dan pasarnya memang banyak dan menjanjikan, maka modal tidak akan menjadi masalah karena akan banyak investor yang berani memberikan dana.

Kreativitas dan Inovasi dalam Mengajar *Entrepreneurship*

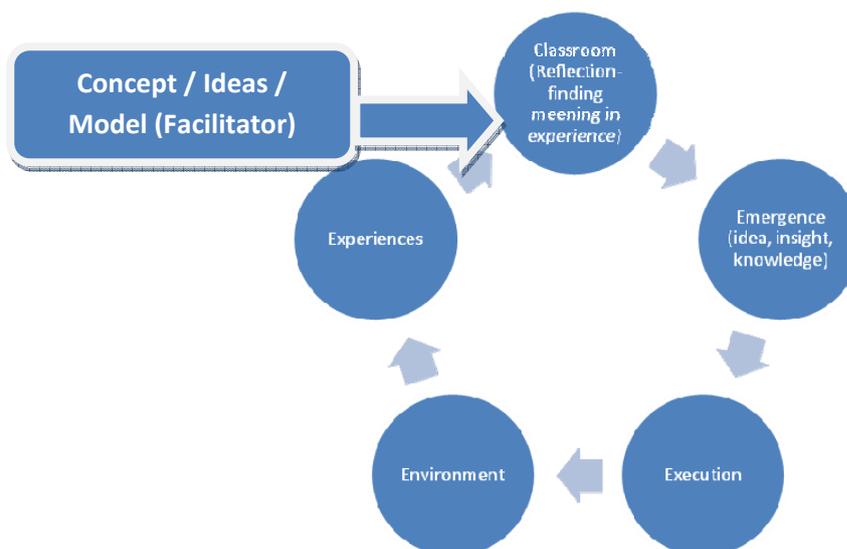
Kemampuan seorang *entrepreneur* dapat diidentikkan dengan penemuan dan inovasi yang berasal dari kreativitas. Inovasi ini lalu dapat dianalisis secara sistematis sehingga hasil akhirnya menjadi kesuksesan (Donald F. Kuratko, 2010), dan dapat melihat sebuah masalah dari sudut pandang yang berbeda sehingga dapat diputarbalikkan menjadi sebuah *opportunity* atau peluang bisnis. Sesuai apa yang dikatakan oleh Ciputra, seorang *entrepreneur* adalah orang yang dapat merubah kotoran menjadi emas, misalnya seseorang dapat mengubah sampah menjadi biogas, atau pupuk dan lain sebagainya. Yang terpenting dari *solving problem entrepreneur* dikatakan sebagai agen-agen perubahan. Hal terpenting yang dilakukannya sesuai dengan permintaan pasar atau yang dibutuhkan oleh masyarakat sehingga menguntungkan. Untuk melakukan ini tidak mudah dan memerlukan proses pembelajaran, wawasan, pergaulan, dan pengetahuan yang banyak. Dari berbagai literatur, terdapat beberapa macam inovasi, yaitu inovasi biasa, inovasi teknologi, dan inovasi luar biasa atau inovasi yang memang belum pernah ada sebelumnya. Jadi, tidak perlu memikirkan yang terlalu jauh apabila memang tidak dapat menemukan sebuah inovasi yang luar biasa karena memang sangat sulit dan memerlukan waktu dan riset yang panjang. Tetapi, akan ada banyak inovasi yang dapat tercipta apabila kita telah mengenali diri kita dengan baik dan melihat sekeliling kita dengan peka dan seksama (Rhenald Kasali, 2010).

Selain itu, dalam rangkaian sebuah bisnis, yang harus ditentukan adalah bagaimana alur sebuah industrinya dari mulai hulu sampai hilir. Tidak semua industri memiliki alur distribusi yang baik, bisa saja seorang *entrepreneur* menemukan sebuah konsep baru dalam rangkaian proses distribusi yang lancar tanpa memerlukan teknologi tinggi, atau juga tanpa inovasi yang belum pernah ada sebelumnya, tetapi merangkai dan menjaga kestabilan proses tersebut saja. Dengan demikian, ini sudah dapat dikatakan inovasi. Mengapa demikian? Karena sudah menjawab permasalahan distribusi barang tersebut, yang selama ini macet menjadi lancar dan *sustain*. Kreativitas dan inovasi yang fenomenal umumnya memerlukan imajinasi yang tinggi, tetapi imajinasi yang dapat diaplikasikan pada dunia nyata. Hambatan-hambatan yang timbul biasanya datang dari cara berpikir yang terkotak-kotak dan terlalu mengandalkan logika, tidak *thinking outside the box*. Pemikiran yang terkotak-kotak, kurangnya pengetahuan, hambatan budaya atau kurangnya sarana dan prasarana dalam suatu lingkungan (James L. Adam, 2009).

Hambatan lain adalah lahirnya mitos-mitos bahwa sebuah inovasi harus lahir dalam sebuah proyek yang besar sehingga inovasinya juga besar, atau juga inovasi haruslah terencana dan berbiaya besar. Padahal tidak semua inovasi seperti itu, misalnya temuan Christian Heygens (1629-1695) seorang asal Belanda yang menemukan roda keseimbangan dari sebuah per pegas rakitan dari sebuah jam tangan, padahal jam pertama kali ditemukan oleh Galileo Galilei. Inovasi roda keseimbangan temuan Heygens masih dipakai hingga saat ini pada setiap jam tangan, atau Steve Jobs yang merasa kesal dengan *smartphone touch screen* yang selama ini menggunakan *stylus* dan tidak dapat menggunakan jari sehingga akhirnya Apple company mengeluarkan produk pertama kali yang menggunakan teknologi layar sentuh yang pertama yang bernama I-Phone. Di samping itu, Apple tercatat sebagai perusahaan nomer satu di dunia yang paling inovatif.

Model Pengajaran *Entrepreneurship*

Model pembelajaran yang efektif adalah bagaimana membuat mahasiswa memiliki pengalaman atas sebuah proyek atau bisnis dalam *entrepreneurship* (Gambar 2). Yang paling penting juga adalah bagaimana mengeksekusi ide dan pengetahuan sehingga menjadi pengalaman bagi mahasiswa.



Gambar 2 Learning Effectiveness Model
Sumber: The Institute for Enterprise Education

Banyak perguruan tinggi saat ini membuat *entrepreneurship center* yang merancang strategi dan konsep pengajaran *entrepreneurship*. Konsep pengajaran yang sudah dibuat oleh *center* akan berdampak langsung pada pengajaran di kelas. Pada level kelas menuju pengalaman mahasiswa, memerlukan dukungan pengetahuan, lingkungan, dan implementasi. Tanpa implementasi, proses pembelajaran *entrepreneurship* tidak akan efektif dan berhenti pada tingkat teoritis saja. Untuk lingkungan, dalam terapan yang dimaksud terdapat berbagai model pengajaran yang berbeda-beda, antara lain sebagai berikut.

Pertama, case studies. Pada metode ini, mahasiswa dapat mempelajari kasus-kasus seputar bisnis, kasus yang dipelajari sifatnya relatif, dan tidak menutup satu kemungkinan saja. Misalnya pada saat Google Corp. meninggalkan China karena tingginya tingkat pembajakan di sana dan jumlah *hacker* yang tinggi dan mengancam bisnis, maka ditinggalkanlah negara yang pertumbuhan ekonominya sangat fenomenal itu. *Case studies* yang dipelajari sebaiknya terapan, dan akan lebih baik apabila mempelajari bidang bisnis yang akan digeluti oleh mahasiswa nantinya sehingga dapat mengetahui dunia bisnis tersebut, baik secara nyata maupun faktual.

Kedua, ceramah oleh guest speaker (praktisi). Metode ceramah dengan mendatangkan *guest speaker* biasanya dilakukan oleh perguruan tinggi pada kuliah perdana atau kuliah umum. Dengan mendatangkan para praktisi yang sesungguhnya dalam dunia bisnis, dapat menggugah rasa keberanian mahasiswa dalam menjalankan bisnis. Biasanya, para praktisi akan menjelaskan tentang pentingnya *entrepreneurship* sebagai salah satu pilar ekonomi. Juga dengan menceritakan *success* dan *fail story* dalam menjalankan bisnis karena pastilah seorang *entrepreneur* pernah sekali-dua kali mengalami kegagalan. Oleh sebab itu, diperlukan persistensi sehingga terus menjalankan dan akhirnya sukses di kemudian hari. Wawancara secara langsung dengan para praktisi dapat juga dilakukan dalam menggali apa yang sebenarnya menjadi peluang dan inovasi yang dilakukan seorang praktisi untuk bisa sukses dalam menjalankan bisnisnya. Dalam berbagai diskusi dengan praktisi, umumnya mahasiswa menginginkan seorang narasumber yang umurnya relatif muda dan tidak berbeda jauh sehingga bentuk situasi yang dialami oleh praktisi dan mahasiswa tidak jauh berbeda, kemudian dapat dijadikan *role model*.

Ketiga, membuat proyek dan konsultasi proyek. Pengajaran membuat sebuah proyek juga merupakan salah satu bagian dari pengajaran *entrepreneurship* pada perguruan tinggi. Metode ini baiknya dilakukan pada jurusan teknik di perguruan tinggi karena pada jurusan teknik mahasiswa dapat dibimbing secara langsung dalam membuat sebuah proyek, sekaligus untuk mempraktikkan bidang ilmu yang didalamnya. Pada kenyataannya, praktik mahasiswa bidang teknik di luar pembelajaran *entrepreneurship*, mereka umumnya membuat sebuah alat atau sebuah proyek yang tidak mempunyai nilai komersial. Oleh sebab itu, dalam pengajaran *entrepreneurship*, mahasiswa teknik dimulai untuk membuat sebuah proyek yang memiliki nilai komersial dan mampu diserap oleh industrinya masing-masing. Apabila sejak kuliah para mahasiswa telah banyak membuat karya dan inovasi yang *valuable* dan pengajar/dosen *entrepreneurship*nya dapat mengantarkan pada dunia bisnis, maka pastilah mahasiswa tersebut tidak akan menginginkan bekerja, tetapi malah akan lebih ke arah pengembangan-pengembangan selanjutnya.

Keempat, membuat bisnis plan (venture plan writing). Pembelajaran *entrepreneurship* yang umum dilakukan pada perguruan tinggi adalah pembuatan *business plan* sebagai tugas akhir. Secara praktis, *business plan* yang dibuat seringkali bertolak belakang. Ini didasari karena perbedaan antara kenyataan dengan teori. Secara kerangka teoritis, sebuah usaha yang akan dibuat akan selalu terukur di atas kertas dan kenyataannya adalah beberapa fenomena ekonomi yang terjadi akan berimplikasi tinggi terhadap perhitungan matematis *business plan* yang dibuat. Dalam pembuatan *business plan* yang baik, segala aspek dapat dimasukkan dari mulai konsep bisnisnya, inovasi produk ataupun jasa, proyeksi keuangan, modal yang dimasukkan, pemasaran produk atau jasa, analisis pasar yang akan dimasuki, karyawan, perijinan, dan lain sebagainya.

Selain analisis-analisis di atas, yang tidak dapat dimasukkan adalah sifat dan karakter *entrepreneurship* itu sendiri, sedangkan roh *entrepreneurship* seperti *persistence*, *hardworking*, dan *risk-taking* tidak dapat terukur. Sifat dan karakter *entrepreneur* akan teruji dan terbentuk apabila dilakukan langsung pada dunia nyata. Belum tentu 50% dari jumlah siswa dalam kelas *entrepreneurship* akan memiliki mental baja apabila menemui kenyataan ditolak oleh pelanggan, sulitnya menjual dan mencari pelanggan, juga bagaimana menghadapi pelanggan yang judes, dan banyak lagi hal lain yang tidak akan pernah dapat untuk dituliskan dalam bisnis *plan*.

Kelima, bisnis *start up* sebagai proses pembelajaran *entrepreneurship*. Program pengajaran bisnis *start up* dalam *entrepreneurship* adalah proses pembelajaran *entrepreneurship*. Dalam proses bisnis *start-up*, mahasiswa akan dilatih secara bertahap sehingga dapat benar-benar menjadi seorang *entrepreneur* oleh pengajar/dosen *entrepreneur*. Prosesi pengajaran ini dikenal juga dengan istilah *coaching*. Pelatihan *entrepreneurship* ini tidak jauh berbeda dengan pelatihan para atlet, hanya berbeda apa yang dilatih dan lapangan tempat latihannya saja.

Para pelatih (*coach*) *entrepreneurship* tidak boleh melatih mahasiswa calon *entrepreneur* yang ingin memasuki industri yang sangat dikuasai oleh *coach* tersebut. Berbeda dengan pelatihan atlet, dalam *entrepreneurship* dikatakan berbeda karena apabila *coach* dan bimbingannya memiliki bidang ilmu bisnis yang sama, dikhawatirkan akan menimbulkan doktrinasi terhadap mahasiswa bimbingannya. Ini berbahaya dan dapat menyebabkan belenggu pemikiran pada mahasiswa bimbingan sehingga mahasiswa calon *entrepreneur* akan dipaksa melakukan apa yang *coach* tersebut anggap baik, juga memungkinkan bakal bisnis yang akan dibuat adalah kompetitor *coach* tersebut sehingga proses pelatihan berjalan secara subjektif dan tidak efektif.

Keenam, simulasi komputer. Media pembelajaran *entrepreneurship* melalui simulasi komputer dapat digunakan sebagai sarana pembelajaran yang mendekati dunia bisnis sesungguhnya. Simulasi komputer bila diterapkan dalam tingkat kelas, maka akan terdapat berbagai macam (pelaku bisnis) di dalamnya. Ini dimungkinkan untuk mengukur seberapa analisis dan insting bisnis tiap mahasiswa yang memainkan simulasi tersebut.

Sebagai contoh <http://www.tombongantuk.com> (Purba Daru Kusuma, IICIES, 2010), *game* ini adalah simulasi *game* internet untuk melatih pembelajaran *entrepreneurship*. Dalam *game* ini, pemain akan dipasangkan sebagai penjual bakmi baru, juga digambarkan siapa saja raja-raja bisnis bakmi terbesar untuk tempat tertentu, seberapa banyak pemain baru di wilayah yang akan dimasuki, stok barang yang akan dijual, dan variasi lainnya. *Game* ini sangat ringan dan mudah dimainkan, hanya saja tingkat kesulitannya yang terbilang rendah dan masih dalam proses pengembangan untuk *level* yang lebih sulit dan kompleks. Program simulasi ataupun *game* simulasi apabila dilakukan secara terus menerus dapat membuat mahasiswa memiliki analisis dan insting bisnis yang kuat karena pada simulasi kerugian, sebuah usaha tidak akan mempunyai dampak apapun, tetapi dalam dunia bisnis sesungguhnya bila rugi, maka dapat menyebabkan rasa putus asa dan takut untuk kembali mencoba bisnis.

Ketujuh, *visit study*. Metode pembelajaran *visit study* dilakukan untuk mengetahui seperti apa senyatanya dunia bisnis yang dikunjungi oleh mahasiswa. Dalam *visit study* ini memiliki kemiripan dengan *guest speaker*, hanya berbeda dalam *visit study* mahasiswa dapat melihat langsung segala aktivitas dan prosesnya. Metode ini umumnya dilakukan untuk mengunjungi perusahaan-perusahaan enterprise, jarang dilakukan pada skala usaha kecil atau menengah yang sedang berkembang. Perlunya *visit study* pada bisnis yang sedang berkembang dapat menjadi pembelajaran mahasiswa melihat proses pertumbuhan bisnisnya karena tidak ada sebuah bisnis yang dapat tumbuh dan berkembang dalam satu malam, kecuali dalam cerita fiksi. Biasanya, dalam *visit study* mahasiswa diminta untuk membuat sebuah analisis tentang bisnis yang dikunjungi, proyeksi perkembangannya seperti apa, di mana letak inovasi, dan sebagainya.

Kedelapan, memutar video tentang *entrepreneur*. Pengajaran melalui pemutaran film atau video pendek tentang kisah seorang *entrepreneur* dimaksudkan untuk menginspirasi mahasiswa terhadap dunia bisnis dari pelakunya langsung. Dalam video pendek, biasanya urutan kejadian dan proses perkembangan bisnis dapat digambarkan seperti kenyataan aslinya. Metode ini jarang dilakukan karena minimnya film dokumenter tentang profil pengusaha di Indonesia. Selain penayangan profil pengusaha, memutar video pendek juga dapat secara khusus bagi mahasiswa jurusan desain karena dapat melihat fenomena model desain seperti apa yang sedang menjadi trend di masyarakat.

Pendukung Pengajaran *Entrepreneurship* di Beberapa Negara

Perbedaan *entrepreneurship* antara Eropa dan Amerika Serikat adalah pada definisi dan fokus *entrepreneurship* nya. Di Amerika, umumnya mengacu pada pertumbuhan usaha atau perusahaan, sedangkan di Eropa dipersamakan dengan usaha kecil dan menengah. Dikarenakan di Eropa banyaknya usaha kecil dan menengah yang melegenda dan jumlah *family business* yang masih bertahan hingga kini. Perusahaan-perusahaan ini yang hingga saat ini memiliki pengaruh yang kuat bagi ekonomi Eropa yang dijuluki dengan *invisible giant*.

Selain pengajaran kelas *entrepreneurship*, juga memerlukan *support* pengajaran yang lainnya (ekstrakurikuler) seperti seminar, *workshop*, dan lain sebagainya. Berdasarkan survei 31 negara dan 21 anggota Uni Eropa tahun 2008, pengajaran *entrepreneurship* yang dilakukan adalah seperti pada Tabel 1.

Tabel 1 Ektrakurikuler Pengajaran *Entrepreneurship*

	Total	Years of experience with entrepreneurship education			
		Less than 4 years of experience	Between 4 and less than 8 years of experience	Between 8 and 12 years of experience	More than 12 years of experience
No extracurricular entrepreneurship activities	6%	18%	7%	4%	7
Offer seminars/workshops	72%	59%	69%	75%	86%
Offer business plan/venture capital competitions	51%	24%	56%	55%	59
Offer company visits	47%	41%	40%	48%	61%
Offer matchmaking events between students and external stakeholders/springboards	41%	41%	42%	39%	46%
Offer summer school	20%	24%	16%	21%	23%
Offer mentoring schemes/personal coaching for entrepreneurial students	54%	29%	53%	66%	57%

(n = 199)

Sumber: Niras Konsultan, FORA, dan Econ POYRI

Dari Tabel 1, terlihat bahwa ektrakurikuler pengajaran *entrepreneurship* dilakukan terbanyak melalui cara seminar dan *workshop*, lalu diikuti dengan *visit study* pada industri yang diinginkan, sedangkan kompetisi bisnis *plan* juga dijadikan sebagai bagian dari ektrakurikulernya. Sementara itu, untuk metode mengajar, yang paling banyak digunakan berdasarkan survei tersebut adalah seperti pada Tabel 2.

Tabel 2 Metode Mengajar *Entrepreneurship*

	Average (interval 1-4)	Often	Sometimes	Rarely	Never
Lecturing	1.38	75%	17%	8%	0%
Case studies	1.45	61%	36%	3%	1%
Entrepreneurs/practitioners in the classroom	1.62	45%	49%	4%	2%
Project teams	1.54	58%	35%	5%	1%
Company visits	2.16	17%	51%	28%	3%
Venture simulation/mini companies	2.13	31%	39%	19%	11%
Others	2.68	27%	16%	14%	43%

(n = 186)

Sumber: Niras Konsultan, FORA, dan Econ POYRI

Bedasarkan Tabel 2, dapat terlihat bahwa pembelajaran *entrepreneurship* dengan metode ceramah masih terbanyak digunakan, lalu diikuti dengan *case studies*, proyek, dan *visit study*. Metode pengajaran *entrepreneurship* harus diubah menjadi metode pembelajaran *action-oriented*, yaitu berinteraksi langsung dengan praktisi bisnis (baik yang sukses maupun yang tidak sukses), pembuat kebijakan (pemerintah), dan investor (Prof. Arunaditya Sahay, OECD International Conference Fostering *Entrepreneurship*: The Role of Higher, Trento, Italy, 2008).



Gambar 3 Skema Pembelajaran *Entrepreneurship* pada Perguruan Tinggi
Sumber: Diolah penulis (Juli, 2010)

Dengan konsep pembelajaran-pembelajaran yang saling mendukung dengan mata kuliah lain (terintegasi), ditambah dengan ekstrakurikuler, seharusnya jumlah *entrepreneur* yang dihasilkan dari perguruan tinggi akan terjadi percepatan. Program yang sudah linier dan saling mendukung dapat menjadi sebuah lingkungan *entrepreneur* dalam dunia perguruan tinggi. Mata kuliah *entrepreneurship* akan didukung oleh mata kuliah lain yang memungkinkan untuk diintegrasikan nilai-nilai *entrepreneurship* sehingga pada saat mahasiswa mempelajari *entrepreneurship* tidak kesulitan dalam merubah *mindset* mahasiswa, dapat langsung pada pendalaman bisnis yang akan digeluti nantinya. Sedangkan pasca pembelajaran *entrepreneurship*, mahasiswa dapat mulai mencari proyek atau inovasi

dari mata kuliah lain berbekal pengalaman *entrepreneurship* yang didapat sehingga nantinya inovasi dan kreativitas yang ditemukan dapat sesuai dengan kebutuhan pasar dan industrinya masing-masing.

Untuk pembelajaran pada perguruan tinggi yang sudah *inline*, maka dari mulai perekrutan mahasiswa baru seharusnya sudah dimulai *cluster* mahasiswa yang tertarik untuk mendalami *entrepreneur*, dari mulai perbedaan gender, minat, dan pilihan *entrepreneurship* yang diinginkan, misalnya pendalaman pada *family business*, *creative industry* dan pembedangannya masing-masing serta sosial *entrepreneurship*. Dengan pembedangan sejak perekrutan mahasiswa baru, hasil akhir yang dapat dicapai adalah penguasaan yang mendalam tentang *entrepreneurship* dan pembelajarannya akan semakin efektif karena didasari oleh minat dan bakat yang akan dikembangkan oleh mahasiswa itu sendiri. Dengan demikian, *entrepreneurship* dapat berubah menjadi pilihan utama pada saat mahasiswa lulus kuliah tanpa harus bekerja terlebih dahulu; dengan alasan untuk mencari pengalaman karena selama kuliah pengalaman tentang dunia bisnis telah dialami terlebih dahulu.

Menanamkan Karakter *Entrepreneurship* pada Mahasiswa

Penanaman nilai-nilai *entrepreneurship* dapat menumbuhkan kompetensi yang baru dan unik pada diri mahasiswa. Menurut Suryana, kompetensi adalah seseorang yang memiliki ilmu pengetahuan, keterampilan dan kualitas individu, yang meliputi sikap, motivasi, nilai serta tingkah laku yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan atau kegiatan. Menurut Macfoedz, memberikan pemahaman wirausaha tidak hanya memerlukan pengetahuan, tetapi juga keterampilan. Keterampilan-keterampilan tersebut di antaranya adalah keterampilan manajerial (*managerial skill*), keterampilan konseptual (*conceptual skill*), dan keterampilan merumuskan masalah dan mengambil keputusan (*decision making skill*), keterampilan memahami, mengerti, berkomunikasi dan berelasi (*human skill*) serta keterampilan mengatur dan menggunakan waktu (*time management skill*) dan keterampilan teknik lainnya. *Entrepreneurship* juga dapat diterjemahkan sebagai pembelajaran kehidupan dunia nyata yang sesungguhnya dan proses, dari mulai ide sampai dengan implementasi, pembelajarannya, baik selama dalam pendidikan di perguruan tinggi maupun setelah itu. Komponen nilai-nilai yang tertanam dapat menimbulkan manusia yang tangguh dan siap berkompetisi *man to man competition*. Proses pengajaran berbasis *action-oriented* diharapkan dapat mengajarkan agar tertanam nilai-nilai *entrepreneurship* pada diri mahasiswa, sesuai dengan karakter seorang *entrepreneur*.

Entrepreneursip akan selalu menjadi sebuah teori belaka apabila selalu dipelajari secara keilmuan murni. Karena sifatnya yang unik, *entrepreneurship* adalah penggabungan dari sebuah *skill* dan harus didukung oleh *science*. Tidak semata-mata keilmuan belaka yang hanya mengajarkan bagaimana caranya berhitung keuangan, atau memasarkan produk dengan memperhitungkan kompetitor yang ada. Tetapi lebih dari itu, penanaman *fighting spirit* yang kuat pada diri mahasiswa sehingga dapat menyadari tantangan ke depan yang semakin kompleks dan kompetitif.

Menggali Ide pada Mahasiswa

Pembelajaran *entrepreneurship* dalam prosesnya dapat menggali ide kreatif pada mahasiswa yang memiliki nilai komersial dan dilanjutkan menjadi inovasi atau temuan sesuatu yang baru. Catatan penting dalam sebuah inovasi adalah menentukan arah inovasi tersebut. Inovasi bermacam-macam, tetapi inovasi yang memiliki nilai jual bagi dunia industri yang dihasilkan oleh perguruan tinggi di Indonesia jumlahnya sangat sedikit. Ini merupakan tantangan baru yang harus dijawab oleh perguruan tinggi melalui *entrepreneurship*.

Sebuah riset yang akan dilakukan memerlukan biaya yang tepat, dan *output* dari riset tersebut haruslah berguna bagi industri. Upaya mensinergikan hal ini memerlukan *linkage* dari ABG (*Academia, Business, and Government*) dan memerlukan komitmen yang tinggi dan menentukan arah. Apakah bisnis menentukan arah inovasi atau perguruan tinggi atas hasil riset dan kembangan

berbagai ilmu dapat memproyeksikan arah bisnis dan inovasi yang diperlukan di kemudian hari. ABG sebagai 3 serangkai komponen tidak dapat dipisahkan dan harus berjalan seirama, saling mendukung, dan saling menguntungkan.

Pada suatu situasi tertentu, inovasi yang lahir dari perguruan tinggi sangat memiliki nilai komersial, tetapi praktik komersialisasi produk sehingga mampu diterima oleh pasar perguruan tinggi tidak dapat berjalan sendiri sehingga memerlukan bantuan bisnis, dan pada tatanan tertentu memerlukan bantuan kebijakan pemerintah juga karena apabila tidak bergandengan dengan pemerintah, maka peraturan yang tidak mendukung situasi bisnis tersebut dapat menimbulkan *barrier* dalam penyebarannya.

Memilih Model Pengajaran *Entrepreneurship* dan *Linkage*

Selain tatanan hubungan di luar perguruan tinggi, maka yang perlu dilakukan adalah adaptasi metode pengajaran sehingga tepat sasaran. Dari berbagai model pengajaran, *entrepreneurship* haruslah menjadi pendukung dalam mencetak *entrepreneur* yang lahir dari perguruan tinggi. Adaptasi model pengajaran ini sifatnya relatif dan tidak dapat dipersamakan antara perguruan tinggi satu dengan yang lainnya karena kultur dan karakteristik masing-masing sangat beragam (Abdul Aziz Bin Abdul Latif, Ghazali Ahmad, IICIES, 2010). Oleh sebab itu, pada praktiknya tidak ada satu metode yang paling baik, satu sama lain saling melengkapi tergantung *tools* seperti apa yang akan dipilih oleh perguruan tinggi masing-masing.

Filosofi pengajaran 3 dinding Ki Hajar Dewantara memiliki makna mendalam bagi pengajaran *entrepreneurship*. Tiga dinding berarti kelas tanpa satu sekat, yaitu dengan membuka sekat terhadap dunia luar (bisnis). Mahasiswa harus dapat diajak melihat dunia bisnis dengan senyatanya tanpa ada batasan dapat menimbulkan rangsangan dan keberanian tersendiri bagi tiap-tiap mahasiswa untuk membuat sebuah inovasi yang *valuable*, maka bentuk pengajaran *entrepreneurship* ini juga harus menyangkut daya cipta (kognitif), daya rasa (afektif), dan daya karsa (konatif) "*educate the head, the heart, and the hand*".

SIMPULAN

Merubah *mindset* tentang *entrepreneurship* merupakan tantangan yang terberat dalam mengajarkan *entrepreneurship*. Oleh sebab itu, memerlukan dukungan pembelajaran yang lain seperti ekstrakurikuler dan integrasi pada nilai-nilai *entrepreneurship* pada kurikulum perguruan tinggi. Selain itu, diperlukannya kesamaan *mindset* pada pengajar/dosen *entrepreneurship* bahwa dalam proses pengajaran, yang perlu dilakukan adalah *action-oriented* sehingga para pengajar sepakat bahwa hasil akhirnya yang menjadi penentu dalam pengajaran *entrepreneurship*. Dengan demikian, tidak terjadi sekat-sekat keilmuan dan pembatas antara kelas dengan dunia luar/industri dalam proses belajar mengajar. Dari berbagai macam metode dan model pengajaran *entrepreneurship* yang dilakukan di berbagai negara, tiap-tiap perguruan tinggi dapat memilih dan mengadaptasikan (*adapt and adopt*) cara yang tepat dan telah disesuaikan dengan karakteristik mahasiswa dan perguruan tinggi masing-masing. Untuk peningkatan dan efektivitas pengajaran *entrepreneurship* pada perguruan tinggi, nilai-nilai *entrepreneurship* itu sendiri harus sudah dapat diintegrasikan ke dalam kurikulum sehingga secara tidak langsung, mahasiswa selama masa studinya telah hidup dalam lingkungan *entrepreneurship*. Selain itu, perguruan tinggi dapat melakukan *clustering* sejak perekrutan mahasiswa baru sesuai dengan minat dan bakat *entrepreneurship* yang akan dialami mahasiswa nantinya, dari mulai jenis-jenis *entrepreneurship* yang akan dimasuki, jenis industrinya dan menyesuaikan dengan jurusan yang akan diambil oleh mahasiswa itu sendiri. Dengan demikian, pada saat lulus mahasiswa telah berbekal pengetahuan keilmuan, dengan tertanam jiwa *entrepreneurship* yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, A., and Ghazali, A. (2010). *Opportunities for cross boarder entrepreneurship education in ASEAN region*, IICIES International Seminar, SMB-ITB dan UMN, Banten.
- Abhishek, N., and Arunaditya, S. (2008). *Entrepreneurship: A paradigm shift in pedagogy*, OECD International Conference on Fostering Entrepreneurship: The role of higher education, Trento, Italy.
- Anonim. (2010). *Berani kah anda membakar kapal anda*. Diakses dari <http://einvesti.blogspot.com/2010/01/entrepreneurship-berani kah-anda.html>.
- Anonim. (2010). *Entrepreneurship dilahirkan atau diajarkan*. Diakses dari <http://www.ciputra.org/node/74/entrepreneur-dilahirkan-atau-diajarkan.htm?page=0%2C1>.
- Anonim. (2010). *Indonesia minim entrepreneur*. Diakses dari <http://www.stie-mdp.ac.id/?pilih=news&mod=yes&aksi=lihat&id=16>.
- Anonim. (2010). *Inovasi tidak sengaja dari seorang dutch*. Diakses dari <http://kompetiblog2010.studidibelanda.com/inovasi-tak-sengaja-dari-seorang-dutch/>.
- Anonim. (2010). *Jumlah entrepreneur kurang karena orang Indonesia takut ambil risiko*. Diakses dari <http://roniyuzirman.wordpress.com/2010/07/14/jumlah-entrepreneur-kurang-karena-orang-indonesia-takut-ambil-risiko/>.
- Anonim. (2010). *Pemikiran ki hajar dewantara tentang pendidikan*. Diakses dari <http://www.bruderfic.or.id/h-59/pemikiran-ki-hajar-dewantara-tentang-pendidikan.html>.
- Anonim. (2010). *Pendidikan entrepreneurship di UGM*. Diakses dari http://pasca.ugm.ac.id/id/news.php?news_id=1.
- Anonim. (2010). *Sejarah dan pengertian kewirausahaan*. Diakses dari http://avin.filsafat.ugm.ac.id/index.php?option=com_content&task=view&id=20&Itemid=34.
- Anonim. (2010). *Yang terlupakan dari ki hajar dewantara*. Diakses dari <http://www.wikimu.com/News/DisplayNews.aspx?id=2248>.
- Anonym. (2010). *Teaching entrepreneurship in colleges and universities: How (and why) a new academic field is being built*. Retrieved from <http://www.kauffman.org/entrepreneurship/teaching-entrepreneurship-in-colleges.aspx>.
- Anonym. (2010). *The 50 most innovative company*. Retrieved from http://www.businessweek.com/interactive_reports/innovative_50_2009.html.
- Anonym. (2010). *The history of entrepreneurship*. Retrieved from <http://www.brighthub.com/office/entrepreneurs/articles/40782.aspx>.
- Daru Purba, K. (2010). *Juragan bakmi scenario design as a culinary business game*, IICIES International Seminar, SMB-ITB dan UMN, Banten.

- Eugene, L. (2008). *Entrepreneurship education in an age of chaos, complexity and disruptive change*, Institute for Enterprise Education and Brock University Canada, Entrepreneurship in Higher Education, OECD.
- European Commission Directorate-General of Enterprise and Industry. (2008). *A survey of entrepreneurship in higher education in Europe*, NIRAS Consultant, FORA, Econ POYRY.
- George, S. (2008). *Entrepreneurship education in the United States*, George Washington University, United States, Entrepreneurship in Higher Education, OECD.
- Karen, W. (2008). *Entrepreneurship education in Europe, European foundation for entrepreneurship research, entrepreneurship in higher education*, OECD.
- Kuratko, F.D., and Richard, H.M. (2010). *Entrepreneurship theory, process, and practice*, 8th ed., Thomson South-Western.
- Sutoyo. (2010). *Urgensi menumbuhkembangkan entrepreneurship di perguruan tinggi*. Diakses dari <http://www.upnyk.ac.id/main/?mod=berita&nid=1564>.
- Yani, P. (2010). *Entrepreneurship masa kini*, IICIES International Seminar, SMB-ITB dan UMN, Banten.