

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) berdiri sejak tahun 1990 dengan nama MBA Bandung, yang merupakan penyelenggara program Master in Business Administration pertama di Jawa Barat. Pada awal pendiriannya, MBA-Bandung mengadopsi schooling system dari *Asian Institute of Management (AIM) Philipines*, yang pada saat itu dikenal sebagai *Harvard Business School Asia*. MBA Bandung pada tahun 1994 berubah nama menjadi Sekolah Tinggi Manajemen Bandung (STMB), dan mengubah program MBA-nya menjadi program Magister Management (MM) karena menyesuaikan regulasi pemerintah. Selain itu, STMB juga semakin meragamkan varian program MM menjadi program MM Reguler, MM Eksekutif, dan MM *Cooperative Development (Cordev)*.

Seiring dengan adanya tuntutan regulasi dari pemerintah dan adanya keinginan dari Direksi PT. Telkom pada saat itu agar STMB makin berkiprah dalam dunia pendidikan tinggi, maka pada tahun 1997, STMB membuka program S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika (MBTI). Untuk memberikan identitas yang lebih kuat pada bidang keilmuan manajemen bisnis telekomunikasi, maka pada tahun 2004 STMB berganti nama menjadi Sekolah Tinggi Manajemen Bisnis Telkom (STMB Telkom). Perubahan nama ini diikuti dengan peningkatan kapasitas penerimaan mahasiswa baru program S1 MBTI, dalam rangka memenuhi permintaan pasar. Selain itu, program pasca sarjana juga menambah varian program dengan program MM Bisnis Telekomunikasi (MM Biztel).

Pada tahun 2008, STMB Telkom bertransformasi menjadi Institut Manajemen Telkom (IM Telkom) dan menambah pilihan program studi yaitu S1 Ilmu Komunikasi, S1 Desain Komunikasi Visual, S1 Akuntansi, S1 Administrasi Niaga, dan D3 Pemasaran. Pada tahun 2013 Universitas Telkom dibentuk atas dasar merger empat institusi di bawah Yayasan Pendidikan Telkom (Institut Teknologi Telkom, Institut Manajemen Telkom, Politeknik Telkom, dan STISI Telkom).



Gambar 1.1 Logo Universitas Telkom

Sumber: TelkomUniversity.ac.id, 2019

Universitas Telkom memiliki program studi yaitu IM Telkom yang berubah menjadi Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB). Saat ini FEB memiliki 3 program studi, yaitu S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, S1 Akuntansi, dan S2 Magister Manajemen. Khusus untuk S1 Manajemen juga membuka kelas internasional dengan pengantar bahasa Inggris.

Pada jurusan Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika (MBTI) terdapat mata kuliah konsentrasi kewirausahaan diantaranya, mata kuliah manajemen usaha baru, mata kuliah pengembangan usaha dan mata kuliah pengembangan komunitas. Dalam penelitian ini objek yang diteliti yaitu mata kuliah pengembangan komunitas.

1.1.2 Visi Prodi Manajemen Bisnis Telekomunikasi Informatika

Menjadi program studi yang unggul dalam bidang manajemen dan bisnis konvergensi dengan semangat kewirausahaan di tingkat regional pada tahun 2021.

1.1.3 Misi Prodi Manajemen Bisnis Telekomunikasi Informatika

1. Menyelenggarakan pendidikan dengan semangat kewirausahaan yang unggul dan dikenal secara internasional dalam bidang manajemen dan bisnis konvergensi yang senantiasa aktual dengan kebutuhan industri dan perkembangan dunia
2. Menyelenggarakan penelitian unggul bidang manajemen dan bisnis konvergensi
3. Berperan aktif dalam pelayanan dan pemberdayaan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan.

1.1.4 Tujuan Prodi Manajemen Bisnis Telekomunikasi Informatika

1. Menghasilkan lulusan yang profesional dan berintegritas tinggi serta bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa
2. Menghasilkan lulusan yang memiliki pengetahuan dan keterampilan manajemen dan bisnis konvergensi sehingga meningkatkan daya saing bangsa
3. Menghasilkan lulusan yang berjiwa wirausaha sehingga mampu berkontribusi signifikan dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat
4. Mampu mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam bidang Teknik Industri dan infokom
5. Menghasilkan penelitian yang fokus pada pengembangan ilmu pengetahuan serta peningkatan kesejahteraan masyarakat.

1.2 Latar Belakang

Pada era inovasi dan teknologi yang berkembang pesat sekarang ini, *entrepreneurship* dijadikan sebagai salah satu pendorong ekonomi yang penting dalam suatu negara (Muhammad, Akbar, & Dalziel; 2011: 433). Kewirausahaan mengalami perkembangan yang cukup pesat di berbagai negara. Kewirausahaan tidak hanya berperan dalam meningkatkan output dan pendapatan per kapita, namun melibatkan pengenalan atau penerapan perubahan dalam struktur bisnis maupun masyarakat (Slamet et.al, 2014). Kewirausahaan (*entrepreneurship*) merupakan persoalan penting di dalam perekonomian suatu bangsa yang sedang berkembang. Kemajuan atau kemunduran ekonomi suatu bangsa sangat ditentukan oleh keberadaan dan peranan dari kelompok wirausahawan ini. Tidak ada satu bangsa di dunia ini yang mampu menjadi negara maju tanpa ditopang oleh sejumlah pemuda dan masyarakat yang berwirausaha. Di negara-negara maju baik di Benua Eropa maupun Amerika Serikat, setiap sepuluh menit lahir wirausahawan baru (Saiman, 2009: 22).

Menko Perekonomian Chairul Tanjung (2014) mengatakan bahwa peran pengusaha sangat diperlukan untuk mendorong perekonomian nasional. Karena dengan begitu, dunia usaha akan lebih banyak menyerap tenaga kerja dan mengurangi pengangguran, kemiskinan serta meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Para pengusaha tidak saja berperan dalam memajukan perekonomian, tetapi juga membangun peradaban suatu bangsa melalui karya-karya kreatif mereka yang dinikmati oleh pengusaha membuat sosoknya menjadi sulit untuk dipenjara ke dalam sebuah definisi yang lengkap dan tuntas (M. Yusuf Sunaryo, 2017). Dalam sebuah negara peran pengusaha (*entrepreneur*) sangat penting selain untuk meningkatkan perekonomian negara, seorang pengusaha juga menentukan kemajuan dan kemunduran suatu negara. Selain itu *entrepreneur* bisa mengubah kawasan kosong, sangat kering dan tumbuh tumbuhan yang tidak mampu bertahan hidup, menjadi wilayah gedung pencakar langit menjadi tempat bagi ribuan bekerja beraktivitas. Bahkan di tangan seorang *entrepreneur*, barang tidak berguna dapat diubah menjadi emas.

Untuk menjadi negara ekonomi maju, minimal dibutuhkan 2 persen pengusaha dari populasi penduduk suatu negara. Indonesia sendiri dengan jumlah penduduk 261.115.456 orang di tahun 2016 baru memiliki 1,5 persen pengusaha atau sekitar 3.916.731 pengusaha untuk memenuhi capaian 2 persen tersebut. Terlihat bahwa kesenjangan antara kebutuhan dan ketersediaan pengusaha baru masih sangat besar. Terlebih dilihat jumlah pengusaha pada negara-negara ekonomi maju seperti Malaysia dan Thailand terdapat 4 persen, Singapura 7,2 persen, Amerika Serikat 14 persen. (M. Yusuf Sunaryo, 2017).

Dalam hal ini, berwirausaha tentunya terdapat rintangan maupun kendala. Kendala maupun rintangan tidak hanya dialami oleh pengusaha pemula tetapi juga pengusaha yang berpengalaman. Berikut adalah hal-hal yang merupakan kendala yang umumnya terjadi pada pengusaha di awal-awal meniti karirnya menurut Socmed Ebis (2018):

1. Kesulitan modal

Pemasalahan klasik yang dihadapi para pengusaha baik pemula maupun berpengalaman sekalipun, kekurangan modal usaha ketika usaha sedang berjalan. Banyak cara untuk mendapatkan pinjaman uang yang tidak hanya dari bank saja. Tergantung dari bagaimana pengusaha tersebut mau menyelesaikan masalah tersebut dan segera mengambil tindakan sebelum akhirnya usaha tersebut kehabisan dana untuk operasional.

2. Mencari pemasok dan menjual produk

Kendala selanjutnya adalah berkaitan dengan proses produksi dan pemasaran produk. Terkadang beberapa orang terlalu sibuk dengan pemikiran sendiri akan susah mencari pemasok bahan baku atau *supplier* untuk mendukung usaha. Sebenarnya mencari pemasok bahan baku tidak sesulit yang dibayangkan, begitu pun halnya penjualan produk. Saat ini banyak sekali media-media yang ada dan teknologi yang semakin berkembang untuk mendukung keberlangsungan usaha.

3. Takut gagal dan tidak mau mengambil resiko

Akibat terlalu banyak pikiran mengakibatkan ketakutan akan kegagalan dan akhirnya seorang pengusaha jadi takut mengambil resiko untuk berwirausaha.

4. Salah perencanaan dan analisis

Sebelum memulai usaha, sangat dianjurkan untuk melakukan perencanaan sebelumnya dan analisa usaha secara matang terlebih dahulu. Tapi seringkali pengusaha pemula menganggap remeh hal ini sehingga banyak yang terlewatkan dan akhirnya malah kewalahan ketika sesuatu buruk terjadi dalam proses.

5. Bisnis yang tidak sesuai dengan diri sendiri

Seringkali terjadi bagi beberapa pengusaha yang cenderung ikut-ikutan tren tanpa mencari tahu dan memperhatikan keahlian yang dimiliki masing-masing pribadi.

6. Rasa malas, kurang semangat dan kurang percaya diri

Inilah yang akan membahayakan karena apapun usaha yang dirintis nantinya akan kandas juga jika tidak disertai dengan kegigihan dan semangat juang yang tinggi. Jika mengalami kegagalan, buatlah diri semakin tertantang untuk belajar dan menemukan celah strategi-strategi yang pas untuk menuju kesuksesan bisnis.

Dapat dilihat bahwa untuk menjadi seorang wirausaha terdapat rintangan dan kendala. Dengan demikian perlunya peran pemerintah dan peran pendidikan kewirausahaan untuk dapat memberikan pengaruh terhadap kesuksesan bisnis bagi generasi selanjutnya agar persentase wirausaha di Indonesia dapat ditingkatkan kembali dengan cara menanamkan pemahaman akan bisnis dari saat melakukan pendidikan dengan demikian peran pendidikan kewirausahaan dapat mendorong dan memperbanyak pelaku bisnis. Pendidikan kewirausahaan bertujuan untuk membentuk manusia secara utuh, menumbuhkan karakter, pemahaman dan keterampilan sebagai wirausaha. keahlian dan keterampilan wirausaha banyak didapatkan dari pendidikan kewirausahaan. Menurut Alma (2014, h. 6) Berikanlah para siswa penanaman sikap-sikap perilaku untuk membuka bisnis kemudian kita akan membuat mereka menjadi seorang wirausaha yang berbakat. Dirjen Dikti pada tahun 2009 mewajibkan bagi perguruan tinggi memasukkan mata kuliah kewirausahaan ke dalam kurikulum sebagai mata kuliah wajib dalam 2 semester (Handriani, 2011).

Di Indonesia sendiri hampir seluruh perguruan tinggi saat ini sudah menyelenggarakan pendidikan kewirausahaan. Hal ini tidak terlepas dari peranan pemerintah melalui upaya menumbuhkan semangat kewirausahaan melalui Instruksi Presiden R.I. Nomor 4, tahun 1995 tentang “Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan”. Tahun 2008 pemerintah melalui Departemen Koperasi dan UKM telah mencanangkan program GETUKNAS (Gerakan Tunas Kewirausahaan Nasional) untuk pelajar SMA dan mahasiswa (Murtini, 2008). Sebelumnya pada tahun 2007 pemerintah melalui Bank Rakyat Indonesia (BRI) meluncurkan kebijakan Kredit Usaha Rakyat (KUR) kredit/pembiayaan yang diberikan oleh perbankan kepada UMKMK yang *feasible* tapi belum *bankable*. Maksudnya adalah usaha tersebut memiliki prospek bisnis yang baik dan memiliki kemampuan untuk mengembalikan. UMKM dan Koperasi yang diharapkan dapat mengakses KUR adalah yang bergerak di sektor usaha produktif antara lain: pertanian, perikanan dan kelautan, perindustrian, kehutanan, dan jasa keuangan simpan pinjam. Menurut Prakoso (2017) Kemenkop dan UKM juga sudah meluncurkan satu aplikasi bernama Lamikro atau Laporan Keuangan Mikro. Aplikasi Lamikro ditujukan bagi pelaku usaha mikro atau wirausaha pemula

agar memiliki laporan keuangan secara baik dan tertib administrasi. Pengembangan kewirausahaan tetap merupakan program prioritas Kemenkop dan UKM pada tahun 2018. Pengembangan kewirausahaan dengan fokus kegiatan, diantaranya melalui pemasyarakatan kewirausahaan, pelatihan kewirausahaan bagi masyarakat dan wirausaha pemula, fasilitasi permodalan bagi para wirausaha pemula, fasilitasi pinjaman dana bergulir bagi para wirausaha pemula, fasilitasi promosi dan pameran bagi produk yang dikelola oleh pelaku wirausaha pemula berbasis IT, dan fasilitasi Hak Cipta dan Hak Merek serta IUMK bagi wirausaha pemula (Prakoso, 2017). Upaya-upaya dalam membentuk Indonesia sebagai negara ekonomi maju yang dilakukan oleh pemerintah dan perguruan tinggi hingga akhir tahun 2017 jumlah pengusaha Indonesia telah mencapai lebih dari 3,1% (BPS, 2017) yang artinya data pengusaha Indonesia telah memenuhi capaian 2%. Dengan meningkatnya rasio perbandingan jumlah wirausaha dengan jumlah penduduknya, maka semakin banyaknya jumlah serapan tenaga kerja yang ditawarkan untuk meningkatkan perekonomian negara.

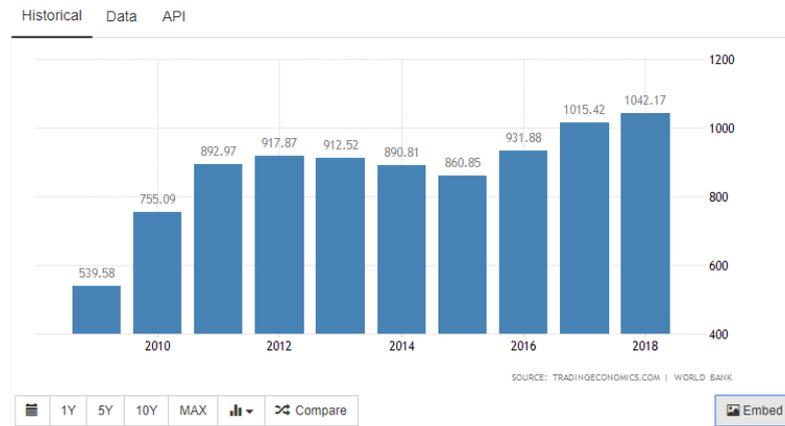
Berdasarkan data BPS (2018) jumlah angkatan kerja pada Februari 2018 sebanyak 133,94 juta orang, naik 2,39 juta orang dibanding Februari 2017. Sejalan dengan itu, Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) sebesar 69,20%, meningkat 0,18% poin. Dalam setahun terakhir, pengangguran berkurang 140 ribu orang, sejalan dengan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) yang turun menjadi 5,13% pada Februari 2018. Dilihat dari tingkat pendidikan, TPT untuk Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) tertinggi diantara tingkat pendidikan lain, yaitu sebesar 8,92%. Penduduk yang bekerja sebanyak 127,07 juta orang, bertambah 2,53 juta orang dibanding Februari 2017. Lapangan pekerjaan yang mengalami peningkatan persentase penduduk yang bekerja terutama pada Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum (0,68% poin), Jasa Lainnya (0,40% poin), dan Industri Pengolahan (0,39% poin). Sementara lapangan pekerjaan yang mengalami penurunan adalah Pertanian (1,41% poin), Konstruksi (0,20% poin), dan Jasa Pendidikan (0,16% poin). Berikut data jumlah serapan tenaga kerja dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Jumlah Serapan Tenaga Kerja

No	Sektor	Persentase
1	Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	30,46 %
2	Perdagangan	18,53 %
3	Industri Pengolahan	14,11 %

Sumber: Data BPS tahun 2018

Berdasarkan tabel 1.1 data BPS 2018 terdapat tiga sektor yang berperan menciptakan serapan tenaga kerja yang diantaranya 30,46% dari sektor Pertanian, Kehutanan dan Perikanan, 18,53% dari sektor Perdagangan dan 14,11% dari sektor Industri Pengelolaan. Meski jumlah persentase lapangan kerja di sektor pertanian, kehutanan dan perikanan mengalami penurunan jumlah, namun sektor tersebut menyumbang tenaga kerja tertinggi pada Februari 2018 sekitar 38,70 juta orang. (Suhariyanto, 2018). Sebanyak 73,98 juta orang (58,22%) penduduk bekerja di kegiatan informal, akan tetapi persentasenya menurun sebesar 0,13% poin dibanding Februari 2017. Dari 127,07 juta orang yang bekerja sebesar 7,64% masuk kategori setengah menganggur dan 23,83% pekerja paruh waktu. Dalam setahun terakhir, setengah penganggur dan pekerja paruh waktu naik masing-masing sebesar 0,02% poin dan 1,31% poin. Disini lain sektor Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM) pada tahun 2018 menyumbang 96% dari 170 juta serapan tenaga kerja Indonesia atau sekitar 121 juta tenaga kerja. Secara pertumbuhan mengalami pertumbuhan 5% setiap tahunnya (Muhammad Ikhsan Ingratubun, 2018). Dengan demikian jumlah serapan tenaga kerja di Indonesia terbilang cukup baik dan dapat meningkatkan perekonomian negara dan meningkatkan nilai Produk Domestik Bruto (PDB). Pada Gambar 1.2 dapat dilihat perekonomian Indonesia yang diukur berdasarkan besaran Produk Domestik Bruto (PDB).



Gambar 1.2 Nilai PDB Indonesia 2010-2018

Sumber: tradingeconomics.com, 2019

Berdasarkan gambar 1.2 produk domestik bruto (PDB) mengukur pendapatan dan output nasional untuk ekonomi suatu negara. Produk domestik bruto (PDB) sama dengan total pengeluaran untuk semua barang dan jasa akhir yang diproduksi di dalam negeri dalam periode waktu yang ditentukan. Menurut Ketua Asosiasi UMKM Indonesia Muhammad Ikhsan Ingratubun (2018) mengatakan data per 2018 sektor UMKM menyumbang Rp8.400 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Angka tersebut setara dengan 60,34% dari Rp14.000 triliun PDB Indonesia di 2018. Kontribusi sektor UMKM setiap tahunnya meningkat 5%. Ikhsan juga memprediksi dengan estimasi pertumbuhan 5% setiap tahunnya, kontribusi sektor UMKM terhadap Produk domestik bruto (PDB) akan naik 5% menjadi 65% atau sekitar Rp2.394,5 triliun di tahun 2019. Untuk mencapai proyeksi tersebut, UMKM memerlukan dukungan dari pemerintah terutama soal akses pendanaan tambahan. Pasalnya, kebijakan kredit usaha rakyat (KUR) yang difasilitasi pemerintah belum cukup efektif dalam mendorong kinerja UMKM karena hanya diberikan kepada usaha perdagangan, bukan usaha produksi. Selain itu pendidikan kewirausahaan juga belum mampu mengubah *mind-set* lulusan perguruan tinggi dari mencari pekerjaan (job seeker) menjadi pencipta lapangan kerja (job creator). Menurut Menteri Koperasi dan UKM (Menkop) AAGN Puspayoga, Perguruan Tinggi atau kampus dikatakan sebagai sumber utama lahirnya wirausaha baru (Julianto, 2017). Namun meskipun telah menyelesaikan pendidikan kewirausahaan ternyata sebagian besar lulusan perguruan tinggi masih berorientasi mencari pekerjaan dan

mengalami masa tunggu kerja yang cukup lama (Handriani, 2011; Yuniza, dkk, 2012).

1.3 Perumusan Masalah

Universitas Telkom Merupakan Universitas Swasta dan salah satu dari perguruan tinggi yang memasukkan pembelajaran kewirausahaan dalam sistem pendidikannya. Pada kondisi ini, Universitas Telkom menempatkan *entrepreneur* sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari suatu proses pendidikan. Hal ini memiliki indikasi bahwa Universitas Telkom ditargetkan untuk mampu menciptakan lulusan *entrepreneur* yang berskala global.

Universitas Telkom memiliki Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang terdiri dari dua program studi yaitu Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika (MBTI) dan Akuntansi. Prodi MBTI sendiri merupakan prodi yang telah lama menerapkan mata kuliah kewirausahaan. Semangat kewirausahaan ini juga tercermin dari visinya, dimana MBTI ingin “Menjadi program studi yang unggul dalam bidang manajemen dan bisnis konvergensi dengan semangat kewirausahaan di tingkat regional pada tahun 2021”. Sedangkan dalam misinya, tertuang dalam pernyataan bahwa MBTI ingin “Menyelenggarakan pendidikan dengan semangat kewirausahaan yang unggul dan dikenal secara internasional dalam bidang manajemen dan bisnis konvergensi yang senantiasa aktual dengan kebutuhan industri dan perkembangan dunia”. Dalam hal ini MBTI memperjelas gagasannya dengan adanya mata kuliah yang menunjang visi & misinya yaitu mata kuliah kewirausahaan I dan II serta menunjang Mahasiswa/i nya yang ingin lebih memperdalam pengetahuannya mengenai kewirausahaan yaitu dengan adanya mata kuliah peminatan diantaranya, manajemen usaha baru, pengembangan usaha, dan pengembangan komunitas yang mempelajari lebih dalam mengenai kewirausahaan.

Berdasarkan fenomena yang ada, Pendidikan kewirausahaan belum mampu mengubah mind-set lulusan perguruan tinggi dari mencari pekerjaan (job seeker) menjadi pencipta lapangan kerja (job creator). Banyak kelompok-kelompok usaha yang ada di jurusan Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika (MBTI) tidak melanjutkan usahanya. Berdasarkan data dari koordinator dosen kewirausahaan MBTI Universitas Telkom menunjukkan bahwa dari 94 kelompok

kewirausahaan yang menyatakan berlanjut wirausahanya sebanyak 67 kelompok, setelah dilakukan penelitian lebih lanjut dari 67 kelompok diketahui bahwa dari 49 kelompok kewirausahaan di dapatkan hanya 7 kelompok yang melanjutkan bisnisnya, dengan demikian dapat di simpulkan bahwa Program Studi MBTI dalam bidang kewirausahaan belum adanya evaluasi yang pernah dilakukan dalam keberlangsungan wirausaha mahasiswa setelah mengambil mata kuliah konsentrasi kewirausahaan terkait dengan pengadaan program di MBTI.

Oleh karena itu, penelitian ini akan melakukan evaluasi pembelajaran mata kuliah konsentrasi yang meliputi Rancana Pembelajaran Semester (RPS), metode pengajaran, dan dampak dari proses pembelajaran di MBTI. Sehingga akan terlihat kesenjangan dan dampak dari proses pembelajaran mata kuliah konsentrasi terhadap mahasiswa, yang dapat dijadikan sebagai salah satu bahan evaluasi terhadap program pembelajaran mata kuliah konsentrasi yang telah diselenggarakan oleh MBTI.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, peneliti ingin mengajukan pertanyaan meliputi:

1. Seberapa besar kesenjangan antara harapan mahasiswa dengan persepsi mahasiswa terhadap pelaksanaan kurikulum konsentrasi pengembangan komunitas di program studi MBTI angkatan 2016?
2. Seberapa tinggi tingkat kompetensi mahasiswa program studi MBTI angkatan 2016 yang mengambil pembelajaran mata kuliah konsentrasi pengembangan komunitas?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang ada, maka didapatkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar kesenjangan antara harapan mahasiswa dengan persepsi mahasiswa terhadap pelaksanaan kurikulum konsentrasi pengembangan komunitas di program studi MBTI angkatan 2016

2. Untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat kompetensi mahasiswa MBTI angkatan 2016 yang mengambil mata kuliah konsentrasi pengembangan komunitas.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara langsung maupun secara tidak langsung kepada pihak-pihak yang berkepentingan sebagai berikut:

a. Aspek Teoritis

- Hasil ini diharapkan dapat memberikan informasi terhadap penelitian dibidang kewirausahaan dalam hal pengembangan komunitas atau bahan masukan terhadap pencapaian yang telah dilalui, dengan menggunakan pendekatan faktor motivasi pengambilan mata kuliah pengembangan komunitas untuk melakukan analisis.
- Penelitian ini dapat menambah wawasan nyata terkait dengan faktor motivasi yang berpengaruh terhadap pengambilan mata kuliah konsentrasi pengembangan komunitas.

b. Aspek Praktis

- Bagi Pemerintah

Penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan masukan bagi perguruan tinggi untuk berperan dalam memberikan program pembelajaran kewirausahaan untuk menghasilkan *entrepreneurial graduates* di Indonesia. Hal ini diharapkan dapat menggerakkan perekonomian Indonesia. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang pentingnya berwirausaha dalam meningkatkan perekonomian nasional.

- Bagi Masyarakat

Peningkatan proses pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi dapat menciptakan lulusan yang dapat menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat di Indonesia.

- Bagi Perguruan Tinggi
Penelitian ini memberikan masukan bagi perguruan tinggi untuk berperan dalam memberikan program pembelajaran kewirausahaan untuk menghasilkan lulusan seorang pengusaha di Indonesia.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini adalah tentang Evaluasi Pembelajaran Mata Kuliah Konsentrasi Pengembangan Komunitas Studi Terhadap Mahasiswa MBTI Angkatan 2016. Penelitian ini dilakukan untuk meneliti seberapa besar kesenjangan antara harapan mahasiswa dengan persepsi mahasiswa terhadap pelaksanaan kurikulum konsentrasi pengembangan komunitas di program studi MBTI.

Penelitian ini menggunakan data dari mahasiswa aktif pada program studi MBTI angkatan 2016 Universitas Telkom Bandung, yang telah mengambil mata kuliah konsentrasi pengembangan komunitas.

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibentuk untuk memberikan gambaran secara umum mengenai penelitian yang dilakukan:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini diuraikan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini diuraikan mengenai kajian pustaka dari penelitian-penelitian terdahulu sehingga dapat menemukan kesenjangan penelitian dan menentukan posisi penelitiannya, berisi teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penelitian serta beberapa literatur review yang

berkaitan dengan penelitian. Dalam bab ini juga membahas proses pembentukan kerangka pemikiran dari penelitian ini.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini diuraikan mengenai jenis penelitian, karakteristik penelitian, alat pengumpulan data, tahapan penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini diuraikan mengenai karakteristik responden dan hasil penelitian. Data tersebut dianalisis dalam pembahasan hasil penelitian.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini diuraikan kesimpulan dari hasil penelitian dan usulan saran bagi penelitian selanjutnya.