

## ABSTRAK

Limbah industri yang dihasilkan oleh para wirausaha saat ini tergolong sangat sulit untuk terurai sedangkan kesadaran para wirausaha dalam mengelola limbah yang dihasilkan usahanya masih kurang, khususnya di Indonesia sehingga hal tersebut memiliki dampak buruk terhadap lingkungan terutama pencemaran lingkungan akibat limbah industri yang di hasilkan. Salah satu strategi pemerintah untuk meningkatkan kesadaran akan lingkungan para wirausaha yaitu dengan menerapkan matapelajaran Kewirausahaan kedalam kurikulum pendidikan terkhususnya di perguruan tinggi. Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika merupakan salah satu program studi di Telkom University yang mempunyai inti pembelajaran mengenai bisnis. Pada tahun 2019, mahasiswa MBTI angkatan 2017 diarahkan beberapa opsi untuk membuat kegiatan usaha yang memiliki nilai yaitu dengan mengambil tema sesuai Rencana Pembelajaran Semester (RPS) Kewirausahaan semester lima yang berlaku diantara *technopreneur*, *ecopreneur* dan atau *sociapreneur*. Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat motivasi *ecopreneur* mahasiswa Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika angkatan 2017 yang mengambil tema *ecopreneur* pada matakuliah Kewirausahaan. Serta untuk mengetahui faktor dan tingkat motivasi mahasiswa Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika pada *ecopreneur* dengan menggunakan metode analisis deskriptif dan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner terhadap 90 responden Mahasiswa Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika angkatan 2017. Kuesioner yang dipakai memiliki 16 pertanyaan dengan skala likert. Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan perhitungan penelitian menggunakan rumus slovin. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa faktor yang paling kuat dalam motivasi mahasiswa program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Telkom University Tahun Ajaran 2017 yaitu faktor *gap in the market* (celah atau peluang pasar).

**Kata Kunci:** Deskriptif, *Non probability sampling*, *Ecopreneur*, Motivasi, dan *Gap in the market*