

**Kode>Nama Rumpun Ilmu: 579/Bidang Manajemen
yang belum tercantum; Entrepreneurship**

**LAPORAN TAHUNAN
PENELITIAN UNGGULAN PERGURUAN TINGGI**



**PENGEMBANGAN MODEL PENDIDIKAN
ENTREPRENEURSHIP BERBASIS PROJECT**

Tahun ke 1 dari rencana 3 tahun

TIM PENGUSUL :

Dr. Yusak Anshori., M.M	NIDN : 0713106704
Dr. David Sukardi Kodrat, M.M. CPM	NIDN : 0704726801
Wina Christina, S.E., M.M	NIDN : 0718068402

**Dibiayai oleh Kopertis Wilayah VII Jawa Timur,
Kemeterian Pendidikan dan Kebudayaan
Sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Program Penelitian
No. 0076/SP2H/PDSTRL/K7/KL/III/2013, Tanggal 8 Maret 2013**

**UNIVERSITAS CIPUTRA
DESEMBER 2013**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Kegiatan : Pengembangan Model Pendidikan Entrepreneurship Berbasis Project
Peneliti / Pelaksana
Nama Lengkap : Dr. MOHAMAD YUSAK ANSHORI MM
NIDN : 0713106704
Jabatan Fungsional :
Program Studi : Manajemen
Nomor HP : 0811337799
Surel (e-mail) : yusak.anshori@ciputra.ac.id
Anggota Peneliti (1)
Nama Lengkap : Dr. DAVID SUKARDI KODRAT M.M.
NIDN : 0704126801
Perguruan Tinggi : UNIVERSITAS CIPUTRA SURABAYA
Anggota Peneliti (2)
Nama Lengkap : WINA CHRISTINA
NIDN : 0718068402
Perguruan Tinggi : UNIVERSITAS CIPUTRA SURABAYA
Institusi Mitra (jika ada)
Nama Institusi Mitra :
Alamat :
Penanggung Jawab :
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 3 tahun
Biaya Tahun Berjalan : Rp. 65.000.000,00
Biaya Keseluruhan : Rp. 197.516.400,00

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. Yusak Anshori, M.M.)
NIP/NIK 00010053

Surabaya, 9 - 12 - 2013,
Ketua Peneliti,



(Dr. MOHAMAD YUSAK ANSHORI MM)
NIP/NIK00010053

Menyetujui,
Ketua LPP / LPM



UNIVERSITAS CIPUTRA
LEMBAGA PENELITIAN & PUBLIKASI

(Hendrasgoro, MDM)
NIP/NIK 00106055

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menciptakan *Entrepreneur by Design* dengan: (1) menemukan dasar filosofis ilmu *entrepreneurship* sehingga pendidikan *entrepreneurship* memiliki fondasi keilmuan yang kuat, (2) menemukan model pendidikan *entrepreneurship* yang tepat untuk menciptakan *entrepreneur* karena selama ini *entrepreneurship* hanya dipelajari dengan metode tradisional, (3) mampu mengaplikasikan model tersebut untuk menciptakan *entrepreneur*, dan (4) menemukan bidang-bidang kajian dalam *entrepreneurship* yang tepat sehingga tidak tumpang tindih dengan ilmu manajemen

Metode penelitian yang digunakan adalah: (1) penelitian eksploratif dengan menggunakan *Depth Interview* dan *Focus Group Discussion* untuk mendapatkan data, dan (2) penelitian *Experimen* dengan desain penelitian model siklus untuk memperbaiki dan meningkatkan model pendidikan *entrepreneurship* berbasis *project*.

Adapun keluaran dari penelitian ini: (1) model pendidikan *entrepreneurship* berbasis *project* (2) makalah yang dipublikasikan dalam *journal of education and practice*, (3) buku ajar *entrepreneurship* yang menekankan pada kemampuan menemukan peluang usaha, kemampuan memperhitungkan risiko dan kemampuan inovatif, dan (4) dasar filosofis ilmu *entrepreneurship* dan bidang-bidang kajian dalam *entrepreneurship*.

Keyword : *Entrepreneurship by Design*, Model Pembelajaran, Ilmu *Entrepreneurship*

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan atas berkat dan kemurahannya sehingga kami dapat menyelesaikan penelitian ini yang merupakan Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi Universitas Ciputra Surabaya yang berjudul “**Pengembangan Model Pendidikan *Entrepreneurship* Berbasis Project** “ yang didanai oleh Kopertis Wilayah VII Jawa Timur berdasarkan Tahun Anggaran 2013.

Dengan dilakukannya penelitian ini besar harapan kami untuk dapat memberikan kontribusi bagi kasanah Pendidikan di Indonesia, sekaligus juga memberikan sebuah pemahaman baru bagi kita tentang arti pentingnya pendidikan *Entrepreneurship* untuk meningkatkan jumlah *Entrepreneur* di Indonesia, sekaligus juga dapat meningkatkan kesejahteraan perekonomian bangsa.

Penelitian ini merupakan kerjasama dari berbagai pihak, untuk itu kami dengan kerendahan hati mengucapkan terima kasih secara khusus kepada:

1. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Dit-Litabmas dan Kopertis Wilayah VII Jawa Timur yang telah memberikan kepercayaan atas terselenggaranya Penelitian ini.
2. Para Reviewer dalam perumusan Desain Operasional
3. Rektor, lembaga penelitian serta segenap civitas akademika Universitas Ciputra Surabaya yang telah memberikan bantuan dan fasilitas kepada peneliti untuk mengelaborasi penelitian yang berwawasan *Entrepreneurship*.

Surabaya, Desember 2013

Tim Peneliti

HALAMAN PENGESAHAN

RINGKASAN

PRAKATA

DAFTAR ISI

BAB I . PENDAHULUAN

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

BAB 3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

BAB 4. METODE PENELITIAN

BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN

BAB. 6 RENCANA TAHUN BERIKUTNYA

BAB 7. KESIMPULAN DAN SARAN

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

- Intrumen
- Personalia tenaga peneliti beserta kualifikasinya
- Luaran dan Publikasi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertanyaan mendasar yang kerap kali kita dengar adalah mengapa suatu negara dapat menjadi negara yang kaya sedangkan negara lainnya tetap dalam kemiskinan. Atau mengapa terjadi perbedaan pertumbuhan ekonomi yang cukup besar antar Negara. Penghasilan negara kaya sebesar US\$ 65.630 sedangkan penghasilan negara miskin sebesar US\$ 100 atau dengan perbandingan 656,3 berbanding 1. Jarak kesenjangan pendapatan ini meningkat tajam dibandingkan dengan 250 tahun yang lalu antara negara yang paling kaya dengan negara paling miskin yaitu hanya 5 berbanding 1 (Baumol, litan dan Schramm, 2010).

Pendapatan sementara menunjukkan perbedaan pertumbuhan ekonomi antar Negara disebabkan oleh faktor budaya dan geografi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa negara yang memiliki budaya kerja keras dan semangat usaha tinggi (Amerika Serikat, sebagian negara di Eropa, Jepang, dan sebagian negara Asia) tumbuh dengan pesat sedangkan negara lain yang tidak memiliki budaya ini (Afrika dan Amerika Latin) tumbuh dengan kecepatan yang jauh lebih lambat atau bahkan tidak tumbuh sama sekali (Landes, 1999) .

Namun budaya bukan satu-satunya faktor yang dapat menjelaskan kesuksesan ekonomi suatu negara. Sebagai contoh orang India, Rusia dan orang dari negara-negara lain yang sangat berhasil berbisnis di luar negara asalnya, sebagian besar dari mereka tetap tinggal di negara-negara asalnya berjuang mati-matian untuk sekedar menghidupi diri dan keluarganya. Ini terjadi bukan hanya karena faktor seleksi diri di mana mereka sebagai pekerja asing lebih giat bekerja. Namun lebih disebabkan di negaranya memiliki institusi pemerintah yang justru menjadi penghambat kemajuan ekonomi.

Ada pula penelitian lain yang menunjukkan bahwa faktor geografi yang menjadi penyebab perbedaan pertumbuhan ekonomi antar negara. Negara khatulistiwa memiliki temperatur udara yang panas sehingga menyebabkan masyarakat tidak dapat bekerja keras dan membuat mereka rentan terhadap penyakit. Ataupun negara yang tidak memiliki lautan maupun negara yang terkurung oleh wilayah daratan negara lain sehingga mereka harus menanggung biaya transportasi yang sangat besar dan tidak dapat dengan mudah melakukan perdagangan luar negeri (Sachs,2005). Apabila di katulistiwa secara ekonomi merupakan sebuah kemakmuran

yang membuat masyarakatnya terlena, lalu bagaimana menjelaskan kesuksesan ekonomi Singapura yang spektakuler atau kinerja Thailand yang mengesankan. Demikian pula apabila menjadi negara yang terkurung daratan merupakan sebuah malapetaka, lalu bagaimana kita dapat menjelaskan catatan ekonomi Swiss yang luar biasa, padahal merupakan sebuah negara yang sedemikian terkurung oleh pegunungan dari semua sisi sehingga keunikan geografi ini di masa lalu digunakan sebagai simbol netralitas negara tersebut. Fenomena ini membuktikan bahwa faktor budaya dan goeografi bukan merupakan faktor utama untuk kemakmuran suatu bangsa.

Drucker (2005) pada suatu pemikiran menjelaskan alasan bagaimana bisnis-bisnis jatuh dikarenakan teori bisnis yang digunakan jatuh dan teori ini jatuh karena asumsi yang digunakan tidak memadai lagi. "*The assumptions on which the organization has been built and is being run no longer fit reality*". Teori pembangunan dapat disetarakan barangkali dapat disetarakan dengan teori bisnis. Keduanya berhubungan dengan kesejahteraan, kemajuan, tantangan dan lingkungan yang berubah. Hasil penelitian David McClland menunjukkan bahwa suatu bangsa yang maju memiliki tidak kurang dari 2 persen *entrepreneur* . Hasil penelitian ini mendukung kuat faktor penyebab kemakmuran suatu bangsa yaitu pertumbuhan jumlah *entrepreneur* yang signifikan mendorong kemajuan suatu negara.

Hasil penelitian McClland menimbulkan kajian mendalam tentang apakah *entrepreneur* dilahirkan ataukah dibentuk. Penelitian Sulasmi (1989) terhadap 22 keluarga pengusaha (orang tua, suami, atau saudara pengusaha) menunjukan bahwa keluarga Bakrie, Kalla, dan Aksa merupakan contoh populer dari keluarga yang kuat kultur bisnisnya akan sangat mungkin terlahir *entrepreneur* hebat. Penelitian ini menunjukan keluarga *entrepreneur* akan melahirkan para *entrepreneur*.

Sayangnya perusahaan keluarga di Indonesia tidak dapat bertahan secara berkelanjutan dari generasi ke generasi. Hasil penelitian Kodrat (2008) menunjukkan bahwa perusahaan keluarga yang masih ada saat ini yang didirikan pada tahun 1932-1943 hanya 3%, yang didirikan tahun 1944-1955 hanya 2%, yang didirikan 1956-1967 hanya 10%, yang didirikan 1968-1979 hanya 24%, yang didirikan 1980-1991 hanya 24% dan yang didirikan 1992-2005 hanya 37%. Hal diatas membuktikan bahwa pendidikan di Indonesia tidak mampu menciptakan *entrepreneur*.

Penelitian Mu'minah (2001) atas delapan pengusaha paling sukses di Pangandaran menunjukan bahwa semua pengusaha memulai usahanya karena fakfor keterpaksaan. Penelitian

ini menunjukkan bahwa menjadi *entrepreneur* bukan hanya karena dilahirkan namun lebih disebabkan oleh kondisi atau desakan kapahitan hidup.

Penelitian Muhandri (2002) menunjukkan untuk menjadi *entrepreneur* diperlukan *emotion modalities* dimana pengusaha memiliki tingkat pendidikan yang tinggi. Orang yang masuk kategori ini terdapat pengusaha yang langsung memulai usahanya (merasa cukup dengan dasar keilmuan yang dimiliki) dan ada yang bekerja terlebih dahulu untuk memahami dunia usaha secara riil baru menjadi *entrepreneur*.

Dari penelitian terdahulu telah banyak bukti yang menunjukkan bahwa *entrepreneur* dapat dibentuk oleh lingkungan, kondisi dan sekolah meskipun usaha yang dihasilkan belum dapat bertumbuh secara berkelanjutan. Untuk itu, perlu penelitian lanjutan yang menunjukkan bagaimana membentuk seseorang untuk menjadi *entrepreneur (entrepreneur by design)* sehingga usaha yang diciptakan bertumbuh secara berkelanjutan.

1.2 Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus dari penelitian ini terbagi menjadi 3 Tahun:

- Tahun pertama adalah :

1. Menemukan dasar filosofis ilmu *entrepreneurship* sehingga pendidikan *entrepreneurship* memiliki fondasi keilmuan yang kuat supaya mampu mengurangi kemiskinan dan mencetak *entrepreneur*.
2. Menemukan bidang-bidang kajian dalam *entrepreneurship* sehingga tidak tumpang tindih dengan ilmu manajemen mencakup: mencari dan menangkap peluang usaha, inovasi, *D thinking*, *entrepreneurship* berbasis teknologi.

- Tahun kedua adalah :

1. Menemukan model yang tepat untuk mengajarkan *entrepreneurship* karena *entrepreneurship* tidak cukup dipelajari dengan metode tradisional namun *entrepreneurship* sebaiknya dipelajari berdasarkan projek-projek sehingga dapat langsung diaplikasikan. Semakin sering dilakukan semakin terampil.
2. Pengembangan model dan uji coba terbatas

- Tahun ketiga adalah :

Penelitian eksperimen sebagai basis pengembangan ilmu *Entrepreneurship* melalui implementasi model dengan Penelitian Eksperimen

1.3 Urgensi Penelitian

Dari hasil proyeksi ketenagakerjaan yang dilakukan oleh Pusat Penelitian Kependudukan Universitas Gadjah Mada berdasarkan skenario 2 menunjukkan bahwa tingkat partisipasi angkatan kerja (TPAK) tahun 2020 menjadi 132,25 juta angkatan kerja (Sucipto dan Tukiran, 1995) dibandingkan dengan tahun 2008 hanya sebesar 103,37 juta tenaga kerja. Dengan asumsi pertumbuhan unit usaha sebesar 3 persen per tahun maka pada tahun 2020 akan ada 73,14 juta unit usaha. Namun dari jumlah unit usaha tersebut hanya mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 116,30 juta. Artinya jika kondisi ini dibiarkan berjalan secara alamiah akan ada sebanyak 15,95 angkatan kerja yang tidak memperoleh pekerjaan.

Untuk mampu memberikan lapangan kerja bagi mereka dibutuhkan unit usaha baru sebanyak 29,41 juta. Sehingga kebutuhan *entrepreneur* untuk mampu menciptakan kesempatan kerja merupakan kebutuhan yang mendesak. Cara yang paling tepat untuk lahirkan *entrepreneur-entrepreneur* baru adalah melalui pendidikan *entrepreneur* (Kodrat, 2011).

Keluaran dari penelitian ini adalah : (1) Dasar Filosofi ilmu *Entrepreneurship* dan bidang-bidang kajian dalam *Entrepreneurship* (2) model pendidikan berbasis *project* (3) buku ajar *Entrepreneurship* (4) Makalah yang dipublikasikan dalam seminar internasional.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian dalam bidang *entrepreneurship* telah banyak dilakukan pada tahun 1980-an hingga awal tahun 1990-an. Penelitian tersebut dapat dikelompokkan menjadi penelitian yang terkait dengan proses *entrepreneurship*, dan dampak *entrepreneurship* bagi negara.

Penelitian yang terkait dengan proses *entrepreneurship* dalam berbagai skala dan jenis perusahaan seperti yang dilakukan oleh: Brandt (1986), Kao (1989) dan Pinchot (1985). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan hebat adalah perusahaan yang cenderung dikelola dengan lebih *entrepreneurial* dibandingkan dengan kompetitor di industri yang sama ataupun berbeda.

Penelitian lain cenderung untuk menghubungkan *entrepreneurship* dengan penciptaan tenaga kerja (Hornaday dan Aboud, 1971). Penelitian oleh Birch (1979) menunjukkan bahwa perusahaan yang dikelola secara *entrepreneurial* memiliki tanggungjawab untuk mengatasi ketidakseimbangan pertumbuhan pekerja baru. Pertumbuhan disini mengacu pada peningkatan signifikan dalam: penjualan, profit, aktiva, tenaga kerja dan penambahan lokasi baru. Perusahaan yang dikelola secara *entrepreneurial* didefinisikan sebagai salah satu perusahaan yang secara proaktif mencari pertumbuhan dan yang tidak dibatasi oleh sumber daya yang dimilikinya.

Penelitian pada tahun 1990-an - 2000-an dengan *content analysis* pada kata kunci dari definisi kontemporer *entrepreneurship* di jurnal seperti *Entrepreneurship: Theory and Practice*, *Journal of Business Venturing*, *Journal of Small Business Management*, dan *American Journal of Small Business* ditunjukkan pada Tabel 2.1

Tabel 2.1: Kata Kunci dari Definisi Kontemporer *Entrepreneurship*

No	Kata Kunci	Jumlah Penyebutan
1	Starting / founding / creating	41
2	New business / new venture	40
3	Innovation / new product / new market	39
4	Pursuit of opportunity	31
5	Risk taking / risk management / uncertainty	25
6	Profit seeking / personal benefit	25
7	New combination of resources, means of production	22
8	Management	22
9	Marshalling resources	18
10	Value creation	13
11	Pursuit of growth	12
12	A process activity	12
13	Existing enterprise	12
14	Initiative taking / getting things done / proactiveness	12
15	Create change	9
16	Ownership	9
17	Responsibility / source of authority	8
18	Strategy formulation	6

Sumber: Morris, 1998

Tabel 2.1 menunjukkan bahwa kedelapan belas kata kunci tersebut paling sedikit muncul 6 kali. Istilah yang paling populer adalah memulai atau menciptakan perusahaan baru (41 kali); inovasi atau menciptakan kombinasi baru dari berbagai sumber daya (39 kali); menangkap peluang (31 kali); menyusun sumber daya yang diperlukan (22 kali); mengambil risiko (25 kali); mencari profit (25 kali) dan menciptakan nilai (13 kali). Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian delphi oleh Gartner (1990).

2.1 Perkembangan Kajian *Entrepreneurship*

Definisi *entrepreneurship* yang dibuat para ahli ekonomi lebih menekankan pada pengambilan risiko, penyediaan modal, pengambilan keputusan (*arbitrage*) dan pengelolaan faktor-faktor produksi (Morris, 1998). *Entrepreneur* dipandang sebagai seseorang yang terlibat

secara langsung dalam pembukaan bisnis sehingga berhak atas profit sebagai imbal hasil dari ketidakpastian dalam pengelolaan sumber daya.

Dalam sejarah, ilmu ekonomi telah gagal menemukan perbedaan antara manajemen dengan *entrepreneurship* atau perbedaan antara usaha kecil dengan usaha besar. Pada akhirnya, *entrepreneur* dipandang sebagai seseorang yang secara sosial, psikologis dan keuangan hanya memulai usaha kecil (*small business start up*) atau sama dengan manajemen (Hisrich dan Peters, 1992 dalam Morris, 1998).

Menyadari akan keterbatasan ilmu ekonomi untuk memahami *entrepreneur* secara mendalam maka berkembanglah pembahasan *entrepreneur* dengan menggunakan pendekatan multiparadigma. *Entrepreneurship* dipelajari melalui tiga pendekatan yang berbeda yaitu: pendekatan kepribadian *entrepreneur* (*entrepreneurial personality approach*), pendekatan proses *entrepreneurial* (*entrepreneurial process approach*) dan pendekatan sosiologis (*sociological approach*).

Ketiga disiplin ilmu tersebut adalah: psikologi, ekonomi, dan sosiologi (Chell, 2008). Ada pula yang menekankan pada *entrepreneurship*, inovasi, dan manajemen atau bisnis. Beberapa aliran penulisan literature menggunakan disiplin ilmu tertentu dengan menggabungkan istilah *entrepreneurship*, inovasi ataupun menggabungkan keduanya.

Ilmu ekonomi menekankan pada keputusan yang relevan atas alokasi sumber daya yang mengarah pada hasil ekonomi seperti kinerja perusahaan, industri dan negara. Secara umum, ahli ekonomi tidak berminat pada *entrepreneur* yang dibahas secara individual terutama pada atribut karakteristik personal yang spesifik (Schumpeter, 1934 dan Casson, 1982). Pada prinsipnya, ekonomi mempelajari manusia dalam usaha memenuhi kebutuhan hidupnya melalui proses pertukaran.

Berdasarkan konsep Schumpeter ini maka fokus pembahasan *entrepreneurship* telah bergeser menjadi inovasi atau membawa kombinasi unik dari sumber daya untuk menciptakan produk baru, jasa baru, proses baru, struktur organisasi baru, sumber pasokan baru dan pasar baru. Dengan kata lain, *entrepreneur* melakukan aktivitas “creative destruction” secara terus-menerus sehingga membuat metode dan produk yang telah ada menjadi usang. Dengan memperluas perspektif Schumpeterian maka *entrepreneurship* dapat diidentifikasi sebagai agen perubahan dalam masyarakat (Tropman dan Morningstar, 1989).

Para ahli psikologi menekankan pada: perbedaan individual yang diperlukan sebagai identitas dan mengukur sifat-sifat *entrepreneur* (seperti motivasi berprestasi, *internal locus of control*, kemampuan mengkalkulasikan risiko, mempunyai toleransi terhadap ketidakpastian, dan *persistence*). Oleh karena itu, psikologi mempunyai kontribusi sebagai bagian dari membangun psikologikal individual yang menyebabkan mereka bertindak laku tertentu sehingga menjadi *entrepreneur*. Asumsinya para ahli psikologi dimungkinkan untuk memprediksi tingkah laku yang akan terjadi.

Pada prinsipnya, psikologi mempelajari proses mental dan perilaku manusia. Pada pendekatan tradisional, penelitian lebih menekankan pada perbedaan individual yang sangat menonjol di bidang psikologi. Hal tersebut sangat menantang (Mischel, 1968) dan implikasinya dapat digunakan untuk memahami tingkah laku tertentu seorang *entrepreneur* (Chell, 1985).

Belum ada satupun model psikologis dari *enterpreneur* yang didukung oleh penelitian (Timmons dan Spinelli, 2004). Namun hasil penelitian perilaku manusia dari David C. McClelland (Harvard University) dan Dr. John W. Atkinson (Unirsity of Michigan) telah mencoba memahami aspek dibalik motivasi individu. Teori motivasi psikologis mereka dianggap sebagai rujukan terbaik untuk memahami perilaku *entrepreneur*. Teori ini menyatakan bahwa manusia termotivasi karena adanya tiga kebutuhan dasar yaitu: (1) kebutuhan untuk berprestasi, (2) kebutuhan untuk berkuasa, dan (3) kebutuhan untuk berafiliasi.

Tabel 2.2: Perbandingan Pendekatan Interdisiplin dalam *Entrepreneurship*

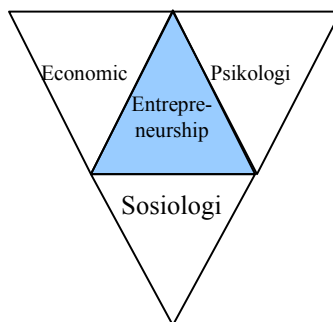
Ekonomi	Sosiologi	Psikologi
Teori keseimbangan mengasumsikan bahwa model perilaku ekonomi dalam membuat keputusan pengalokasian sumber daya untuk menjamin bahwa penawaran produk sama dengan permintaan.	Teori struktural mengasumsikan bahwa perilaku dipengaruhi (atau ditentukan) oleh aturan sosial, norma dan tanggungjawab yang memberikan makna, legitimasi dan kekuasaan. Meskipun perilaku dibatasi oleh tingkatan dalam sistem sosial ekonomi seperti ekonomi, politik, legalitas dan regulasi.	Psikologi sifat mengasumsikan bahwa ada struktur internal kepribadian. Struktur ini dapat dibagi menjadi lima sifat utama.
Jika diasumsikan ada informasi sempurna maka tidak ada fungsi <i>entrepreneur</i> .	<i>Entrepreneur</i> harus bekerja dengan sistem ini, seperti perilaku yang berasal dari suatu “interplay of agentie” - struktur interaksi / interpretasi	Identifikasi sifat khusus digunakan untuk mengukur atribut khusus. Pada level ini, berusaha untuk membuat identifikasi sifat-sifat <i>entrepreneur</i>

Ekonomi	Sosiologi	Psikologi
Distribusi informasi yang tidak sempurna membuat “alert individual” (<i>entrepreneur</i>) menggunakan informasi untuk merealisasikan peluang yang tidak dipahami oleh orang lain	Konstruksi sosial mengasumsikan bahwa setiap pembuat keputusan <i>agentic</i> adalah unik dan mempunyai sudut pandang holistik yang seharusnya diletakan pada perilaku dan konteks. Para ahli kontruksi sosial mengkritik aliran positivisme dan teori sifat “essentialist”	<i>Trait psychology</i> diasumsikan relatif stabil dan menjamin karakteristik yang akan mempengaruhi perilaku.
Teori inovasi radikal mengasumsikan bahwa kreasi produk baru atau jasa dibuat untuk menciptakan ketidak seimbangan		

Sumber: Chell, 2008: 6.

Para ahli konstruksi sosial mempunyai pertanyaan tentang apa yang disebut mereka sebagai pendekatan “essentialist” (Burr, 1995). Untuk mengidentifikasi sesuatu yang penting dilakukan dengan menyaring komponen yang diperlukan tanpa membuatnya berhenti menjadi kelas tertentu. Penerapan konsep ini dalam kepribadian seseorang menyarankan agar masing-masing kepribadian dibandingkan dengan dasar komponen-komponen yang penting. Salah satu masalahnya adalah adanya sudut pandang statis yang tidak mengijinkan perubahan atau perkembangan. Pada prinsipnya sosiologi mempelajari struktur organisasi sosial manusia.

Dapat disimpulkan bahwa mempelajari *entrepreneurship* adalah mempelajari manusia dalam memenuhi kebutuhannya melalui pertukaran; proses mental dan perilaku manusia; dan struktur organisasi sosial manusia sebagaimana tampak pada Gambar 2.3.



Gambar 2.3: Model Ilmu *Entrepreneurship*

Dari ketiga model pendekatan *entrepreneurship* ini maka sebenarnya sangatlah berbeda dengan materi pembelajaran *entrepreneurship* yang ada saat ini. Materi *entrepreneurship* saat ini lebih menekankan pada pembahasan fungsi-fungsi dalam organisasi. Ada fungsi *marketing*,

keuangan, produksi, dan operasional. Akibatnya jika materi ini diajarkan ke semua mahasiswa dalam satu universitas akan dirasakan sebagai beban oleh mahasiswa non Fakultas Ekonomi / Bisnis dan dirasakan membosankan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi / Bisnis sehingga diperlukan materi dan metode baru untuk pendidikan *entrepreneurship*.

2.2 Pendidikan *Entrepreneur* di Berbagai Negara

Dari hasil survei yang dilakukan di 75 Universitas di seluruh dunia (dengan komposisi Asia = 11 persen; Amerika Latin = 17 persen; Amerika Utara = 30 persen dan Eropa = 42 persen) dapat disimpulkan (REE Asia, 2007) bahwa: (1) rata-rata lama studi program *entrepreneurship* di USA, Eropa, Amerika Latin dan Asia adalah 12, 10, 8 dan 6 tahun, (2) program *entrepreneurship* cenderung ditawarkan lebih banyak ditingkat *undergraduate* dan *graduate* dari pada ditingkat PhD *program*, dan (3) sumber-sumber pendanaan berasal dari: dana publik, yayasan, individu, perusahaan, universitas dan uang kuliah. Di Asia 60 persen pendanaan berasal dari universitas (23%) dan uang kuliah (37%). Di Eropa 61 persen pendanaan berasal dari yayasan (39%) dan uang kuliah (22%). Di Amerika Latin 72 persen pendanaan berasal dari yayasan (17%) dan uang kuliah (55%) dan di Amerika Utara 79 persen pendanaan berasal dari individu (22%), perusahaan (30%) dan uang kuliah (27%).; dan (4) rata-rata lebih dari 75 persen mengatakan tidak ada perbedaan antar disiplin program studi untuk mengajar *entrepreneurship*.

2.3 Inovasi Sebagai Kekuatan Integrasi

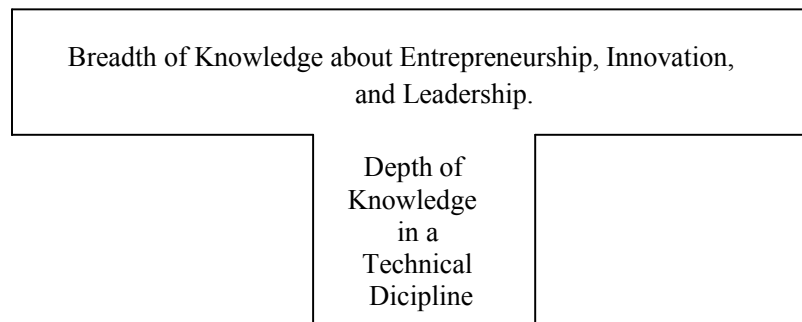
Perkembangan saat ini menunjukkan bahwa perusahaan yang kuat diasosiasikan dengan partai politik dan agama tertentu yang kuat sehingga membuat garis pemisahan pembagian dunia yang salah. Inovasi merupakan kekuatan yang mampu mengintegrasikan dunia secara *powerful*. Inovasi mampu menghubungkan secara bersama-sama negara, perusahaan dan konsumen untuk menciptakan nilai, memecahkan masalah, dan meningkatkan kemakmuran.

Ekonomi inovasi dibutuhkan dalam masyarakat terbuka, dinamis, terdidik, global dan yang penuh dengan ketidak pastian. Kesempatan ini membuat inovasi terus berkembang dalam semua aspek kehidupan kita.

2.4 Kunci Keberhasilan Pendidikan *Entrepreneurship*

Kunci keberhasilan pendidikan *entrepreneurship* adalah: (1) mampu meningkatkan keahlian mahasiswa, (2) universitas mempunyai *competitive advantage*, (3) memiliki kemampuan mengembangkan ekonomi wilayah dan (4) mampu mengatasi tantangan “dunia global” di abad 21.

Jika dianalogikan dengan anatomi tubuh manusia maka otak adalah pengetahuan (*knowledge*), hati adalah keinginan yang besar (*passion*) dan jantung adalah api (*fire*). Persatuan antara otak, hati dan jantung akan menciptakan manusia “bentuk T” (“*T Shaped*” *People*). Garis horisontal menggambarkan pengetahuan yang luas dalam hal *entrepreneurship*, inovasi dan *leadership*. Garis vertikal menggambarkan kedalaman pengetahuan pada disiplin teknik. “*T Shaped*” *People* dapat ditunjukkan sebagaimana tampak pada Gambar 2.

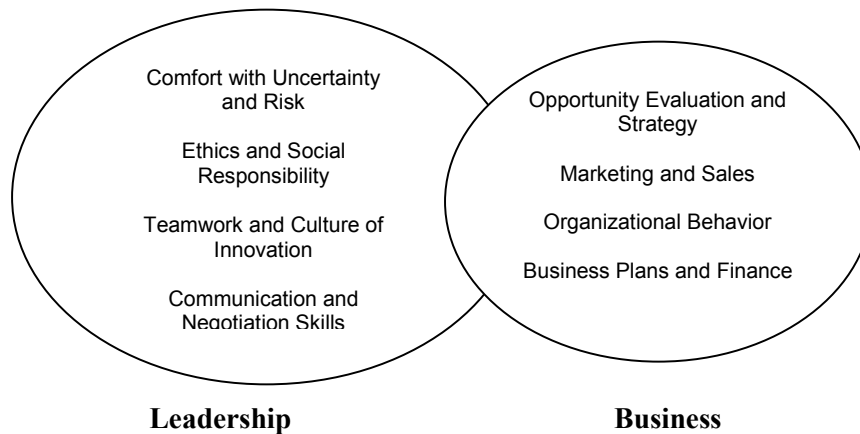


Gambar 2.4: Creating “T Shaped” People

Jiwa *entrepreneur* akan memberikan ide berlimpah untuk menciptakan inovasi-inovasi baru yang dapat menciptakan nilai tambah yang dapat dinikmati masyarakat. *Anatomy of an Entrepreneur* dan “*T Shaped*” *People* digunakan oleh Stanford University untuk mengembangkan program *entrepreneurship*. Program itu dikenal dengan nama *Stanford Technology Venture Program* (STVP).

Tujuan STVP adalah: (1) memberikan mahasiswa pengetahuan yang diperlukan untuk membakar keyakinan dan menimbulkan keinginan yang besar dalam hati untuk menjadi seorang *entrepreneur*, (2) menjadikan mahasiswa pemimpin yang efektif di

semua area bisnis, edukasi, pemerintahan dan masyarakat, dan (3) belajar dari universitas lain di seluruh dunia dan membagikan apa yang telah dilakukan oleh STVP. STVP memadukan bisnis dan *leadership* sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.5

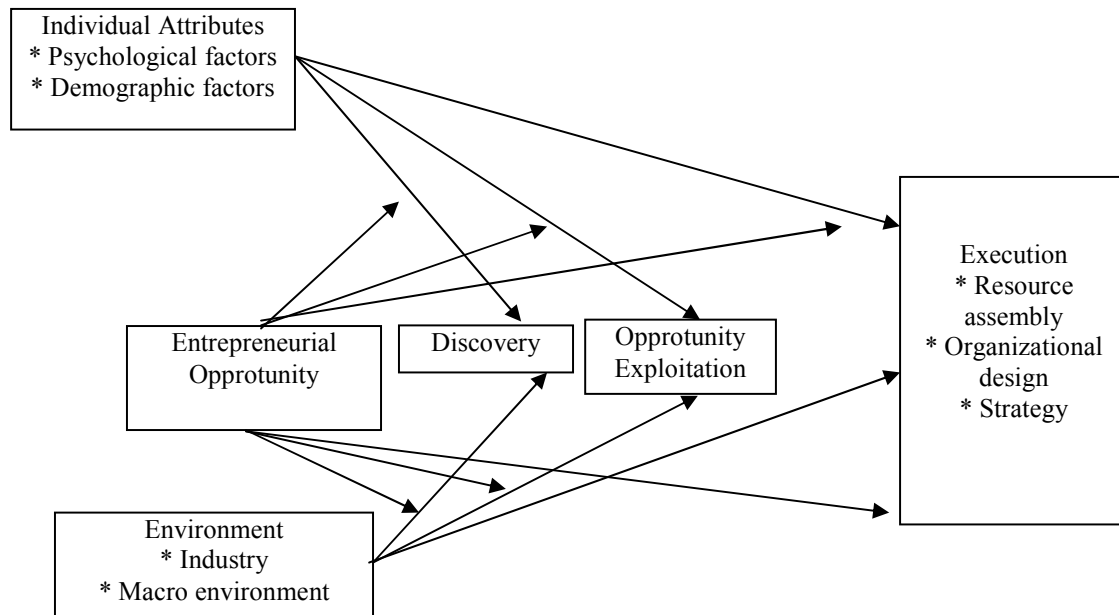


Gambar 2.5: Teaching Entrepreneurial Leadership and Business Skills

Materi *leadership* yang diajarkan yang terkait dengan *entrepreneurship* adalah ketidakpastian dan risiko; tanggungjawab sosial dan etika; kerjasama dan budaya inovasi; dan keterampilan komunikasi dan negosiasi. Sedangkan materi bisnis yang berkaitan dengan *entrepreneurship* adalah evaluasi peluang dan strategi; *marketing* dan penjualan; perilaku organisasi; dan bisnis *plan* dan keuangan.

2.5 Pendidikan *Entrepreneurship*

Pendidikan *entrepreneurship* yang terintegrasi dapat dipelajari melalui dua pendekatan (Morris, 1998). Pendekatan pertama adalah *the entrepreneurial process* dan pendekatan kedua adalah *entrepreneurial intensity* (EI). Model pendidikan *entrepreneurship* pertama telah dikembangkan oleh Shane (2003) dirancang dengan memahami proses *entrepreneurial*. Model ini menitikberatkan pada perilaku *entrepreneurial* namun tidak pada *start up business* sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.6.

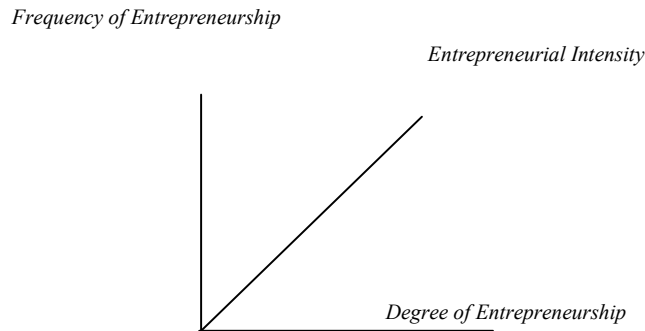


Gambar 2.6: Model Proses *Entrepreneurial* dari Shane

Sumber: Shane (2003)

Model ini mengkondisikan mahasiswa bekerja seperti seorang *entrepreneur*. Ada empat tahap yang dilakukan seorang *entrepreneur* hingga eksekusi yang dikenal sebagai proses *entrepreneurial*. Keempat tahapan ini adalah peluang usaha, menemukan peluang usaha, mengeksploitasi peluang usaha dan mengeksekusinya. Peluang usaha bersama-sama dengan atribut individual dan lingkungan usaha merupakan sumber-sumber yang digunakan untuk menemukan peluang usaha, eksploitasi peluang usaha dan eksekusi. Eksekusi tahap pertama ini dilakukan dengan cara mempertemukan berbagai sumber daya, mendisain organisasi dan merumuskan strategi perusahaan.

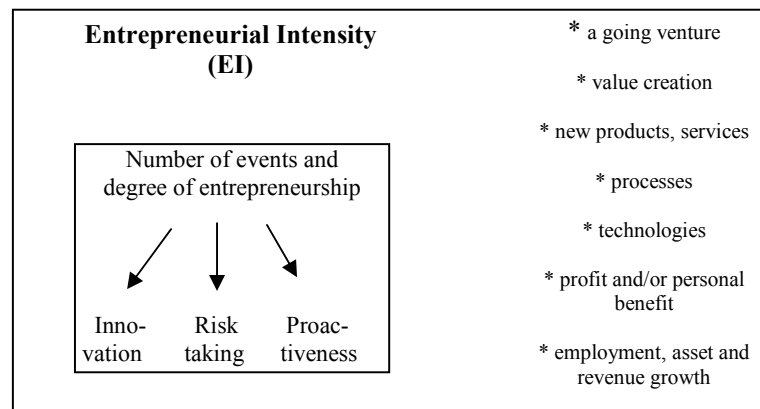
Model pendidikan *entrepreneurship* kedua adalah *entrepreneurial intensity* (EI). Model ini mendasarkan perilaku dan sikap *entrepreneur* ini pada tiga dimensi kunci yaitu: inovatif, *risk taking* dan proaktif (Covin dan Slevin, 1989; Miller, 1983; dan Morris dan Sexton, 1996). Pertanyaan utama dari model ini adalah seberapa sering (*how often*) dan seberapa banyak (*how much*) intensitas *entrepreneurial* ini digunakan sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.7



Gambar 2.7: Variabel *Entrepreneurial Intensity*

Sumber: Morri (1998)

Degree of entrepreneurship menunjukkan seberapa sering dan *frequency of entrepreneurship* (jumlah *event entrepreneurial*) menunjukkan “seberapa banyak” kejadian inovasi, risiko dan proaktif. *Entrepreneurial Intensity* merupakan kombinasi antara *frequency* dan *degree of entrepreneurial behavior* sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.8.

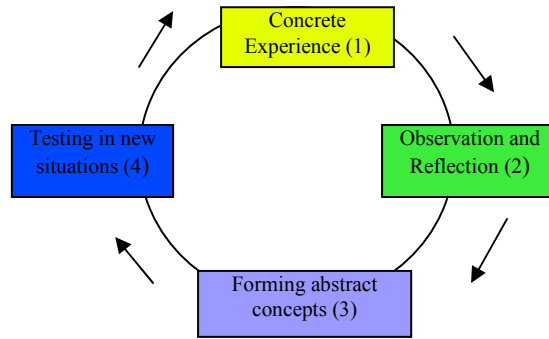


Gambar 2.8: Model *Entrepreneurial Intensity*

Sumber: Morris (1998)

Entrepreneurial intensity akan menghasilkan *outcomes*: bisnis yang bertumbuh secara berkelanjutan, penciptaan nilai, produk atau jasa baru, proses, teknologi, profit dan penyerapan tenaga kerja.

Proses pedagogi yang melandasi pemikiran model pertama adalah siklus belajar Kolb sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.9.



Gambar 2.9: Siklus Belajar Kolb's

Sumber: Kolb (1984)

Siklus belajar Kolb sebenarnya tidak merupakan proses sirkulasi tetapi siklus belajar Kolb lebih menyerupai siklus spiral. Ada tiga alasan. Yang pertama, kita perlu memahami secara menyeluruh keempat tahapan tersebut agar kita memahami prinsip-prinsip umum. Kedua, siklus belajar ini lebih dari hanya sekedar siklus karena kita secara terus-menerus membuat kemajuan sehingga menjadi lebih tajam dan terbiasa dalam menemukan masalah. Ketiga, kita mempelajari bagaimana belajar yang merupakan aspek penting dalam *entrepreneurship* sampai menemukan konsep bisnis baru. Proses ini merupakan pengalaman penting bagi seorang *entrepreneur* sehingga akan memperbaiki pemahaman awal, menengah dan menjamin keakuratan solusi yang kita buat. Melalui siklus belajar Kolb, kita telah mengembangkan dan mendapatkan pengalaman dan kita pun telah belajar bagaimana caranya belajar.

2.6. Roadmap Penelitian

Penelitian yang pernah dilakukan terkait dengan *entrepreneurship* sebagai berikut:



BAB III

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian:

Adapun tujuan dari penelitian ini terbagi menjadi 3 Tahun :

- Tahun Pertama adalah :
 - (1) menemukan dasar filosofis ilmu *entrepreneurship* sehingga pendidikan *entrepreneurship* memiliki fondasi keilmuan yang kuat supaya mampu mengurangi kemiskinan dan mencetak *entrepreneur*.
 - (2) menemukan bidang-bidang kajian dalam *entrepreneurship* sehingga tidak tumpang tindih dengan ilmu manajemen yang mencakup: mencari dan menangkap peluang
- Tahun Kedua adalah :
 - (1) menemukan model yang tepat untuk mengajarkan *entrepreneurship* karena *entrepreneurship* tidak cukup dipelajari dengan metode tradisional namun *entrepreneurship* sebaiknya dipelajari berbasiskan projek-projek sehingga dapat langsung diaplikasikan. Semakin sering dilakukan semakin terampil
 - (2) Pengembangan model dan uji coba terbatas
- Tahun ketiga adalah :

Penelitian Eksperimen sebagai basis Pengembangan ilmu *Entrepreneurship*

3.2 Manfaat Penelitian :

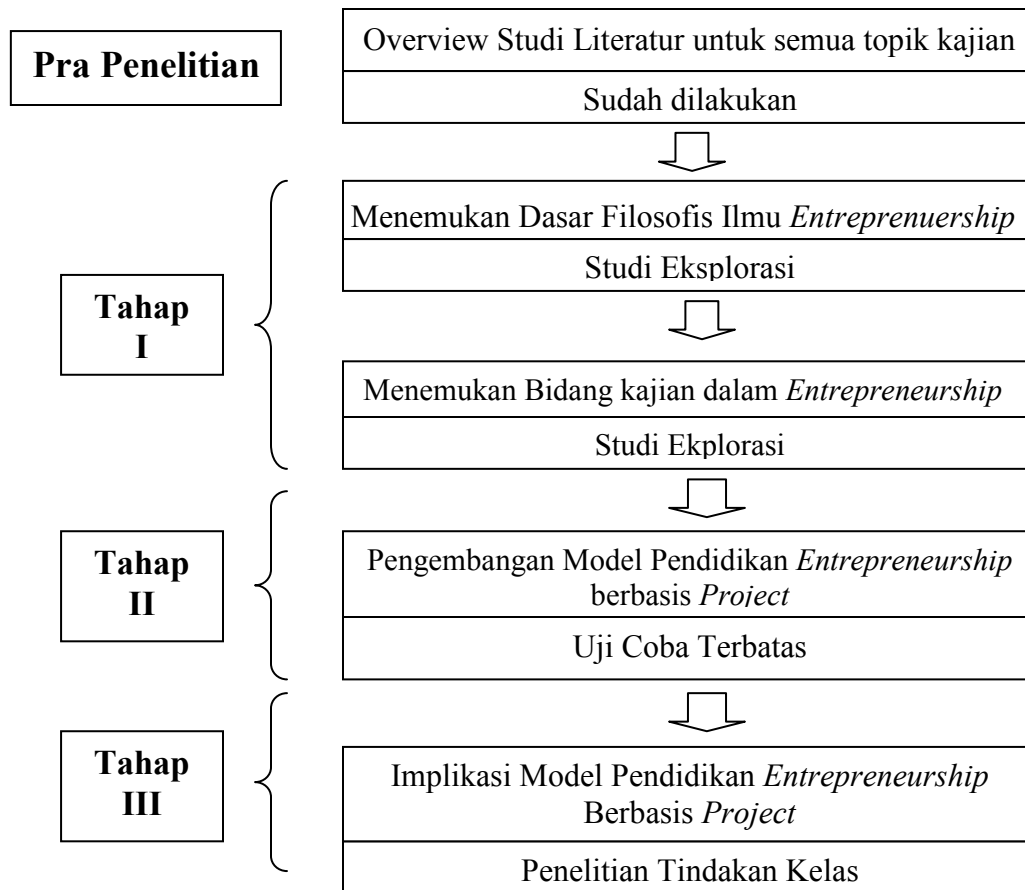
Adapun Manfaat dari Penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan Pendidikan Entrepreneurship berbasis Project
2. Mengaplikasikan Model Pendidikan Entrepreneurship yang tepat untuk membantu mengurangi kemiskinan dan mencetak entrepreneur
3. Memperkuat fondasi keilmuan pendidikan entrepreneurship dengan menemukan dasar filosofis

BAB IV METODE PENELITIAN

Untuk mencapai tujuan penelitian: (1) menemukan dasar filosofis ilmu *entrepreneurship* sehingga pendidikan *entrepreneurship* memiliki fondasi keilmuan yang kuat supaya mampu mengurangi kemiskinan dan mencetak *entrepreneur*, (2) menemukan bidang-bidang kajian dalam *entrepreneurship* yang tepat sehingga tidak tumpang tindih dengan ilmu manajemen, (3) menemukan metode atau model yang tepat untuk mengajarkan *entrepreneurship* karena *entrepreneurship* tidak cukup dipelajari dengan metode tradisional namun *entrepreneurship* sebaiknya dipelajari berbasiskan projek, dan (4) mampu mengaplikasikan metode *project based learning* untuk menciptakan *entrepreneur* dalam dunia pendidikan. Serta dengan keluaran akhir dari penelitian ini adalah buku ajar yang tepat tentang pendidikan *entrepreneurship* berbasis penelitian yang terdiri dari 7 modul yaitu: (1) *entrepreneurship* untuk mengatasi kemiskinan, (2) *entrepreneurship* sebagai sebuah ilmu, (3) strategi menciptakan *entrepreneur*, (4) mencari dan menangkap peluang usaha, (5) inovasi, (6) *D thinking*, dan (7) *entrepreneurship* berbasis teknologi, maka digunakan metode penelitian Ekplorasi dan penelitian eksperimen.

Adapun *roadmap* dalam penelitian ini sebagai mana ditunjukkan pada hal. 15 Penelitian Eksploratif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan atau yang sifatnya masih baru dan untuk memberikan arahan bagi penelitian selanjutnya (Kuncoro, 2009). Tujuan eksplorasi ini adalah untuk mengidentifikasi dasar filosofis ilmu *entrepreneurship* dan menemukan bidang-bidang kajian *entrepreneurship*. Untuk mendapatkan data tersebut dilakukan dengan *Key Informant*, *technical/ depth Interview* dan *Focus Group Discussion*



Gambar 4.1 : Langkah – langkah Penelitian

Penelitian tindakan kelas (PTK) merupakan suatu pencermatan terhadap kegiatan belajar berupa sebuah tindakan, yang sengaja dimunculkan dan terjadi dalam sebuah kelas secara bersama (Suharsimi, 2007). Penelitian ini merupakan penelitian reflektif dan kolektif yang dilakukan peneliti dalam situasi sosial untuk meningkatkan penalaran praktik social dari tindakan-tindakan yang dilakukannya serta untuk memperbaiki kondisi-kondisi di mana praktik tersebut dilakukan (Soedarsono, 2001). Tujuan PTK adalah memperbaiki dan meningkatkan kualitas pembelajaran serta membantu memberdayakan pendidik dalam memecahkan masalah pembelajaran serta menentukan modul dan prosedur tindakan yang memberikan jaminan terhadap upaya pemecahan masalah yang mirip atau sama, dengan melakukan modifikasi dan penyesuaian seperlunya dalam kegiatan pembelajaran untuk mengatasi kesulitan dalam pembelajaran (Soedarsono, 2001).

Disain penelitian tindakan kelas yang digunakan dalam penelitian ini adalah model siklus. Model ini menurut Kemmis dan Taggart terdiri dari empat komponen mencakup:

1. Rencana. Rencana adalah tindakan apa yang dilakukan untuk memperbaiki, meningkatkan mutu atau perbaikan perilaku dan sikap sebagai solusi.
2. Tindakan. Tindakan apa yang dilakukan oleh guru atau peneliti sebagai upaya perbaikan, peningkatan atau perbaikan yang diinginkan.
3. Observasi. Observasi adalah mengamati atau hasil atau dampak dari tindakan yang dilakukan atau dikenakan terhadap pembelajar.
4. Refleksi adalah peneliti mengkaji, melihat dan memperhitungkan atas hasil refleksi ini untuk melakukan revisi awal.

4.1 Output dan Indikator Capaian Penelitian

1. Tahun pertama :

- Dasar filosofis pendidikan :
 - Dasar filosofis (ontologi, epistemologi, dan aksiologi) *entrepreneur* sebagai sebuah ilmu
 - Metode Baru
 - Hasil *depth interview* dengan ahli
- Bidang-bidang kajian dalam *entrepreneurship* :
 - Model-model strategi untuk menciptakan *entrepreneur*
 - Metode Baru mengatasi kemiskinan melalui *entrepreneurship*
 - Hasil *Benchmarking* dari Perguruan Tinggi Lain di Indonesia dan Malaysia yang berbasis *entrepreneurship*

2. Tahun kedua :

- Mencari dan menangkap peluang usaha
 - Model Bisnis
 - Model analisis menangkap peluang usaha
- Inovasi
 - Model Bisnis
 - Model inovasi bagi *entrepreneur*
- *D thinking*
 - Model *D thinking* untuk *entrepreneur*
 - Metode Baru
- Technopreneur

- Model Bisnis
- Model-model *entrepreneur* berbasis teknologi

3. Tahun ketiga :

- Penelitian Eksperimen untuk mengembangkan ilmu *entrepreneurship*
 - Model pendidikan *entrepreneurship*
 - Penelitian Eksperimen

4.2 Tahap Pelaksanaan

Pertama : Dasar Filosofis dan Bidang kajian *Entrepreneurship*

Year	Key Milestones / Activities:	Month							
		1	2	3	4	5	6	7	8
I	1. <i>Entrepreneurship</i> sebagai sebuah ilmu - Dasar filosofis (ontologi, epistemologi, dan aksiologi) <i>entrepreneur</i> sebagai Sebuah ilmu - Hasil <i>depth interview</i> dengan ahli		X	X					
	2. Bidang Kajian <i>Entrepreneurship</i> - Model-model strategi untuk menciptakan <i>entrepreneur</i> -Metode mengurangi kemiskinan melalui <i>entrepreneurship</i> - Hasil <i>Benchmarking</i> dari Perguruan Tinggi Lain di Indonesia dan Malaysia (Kelantan) yang berbasis <i>entrepreneurship</i>					X	X	X	X

Tahap Pelaksanaan Kedua: Materi dan Metode Pembelajaran *Entrepreneur*

Year	Key Milestones / Activities:	Month							
		1	2	3	4	5	6	7	8
II	1. Mencari dan Menangkap Peluang Usaha - Model analisis menangkap peluang usaha - Penelitian tindakan kelas	X	X	X					

BAB V

HASIL YANG DICAPAI

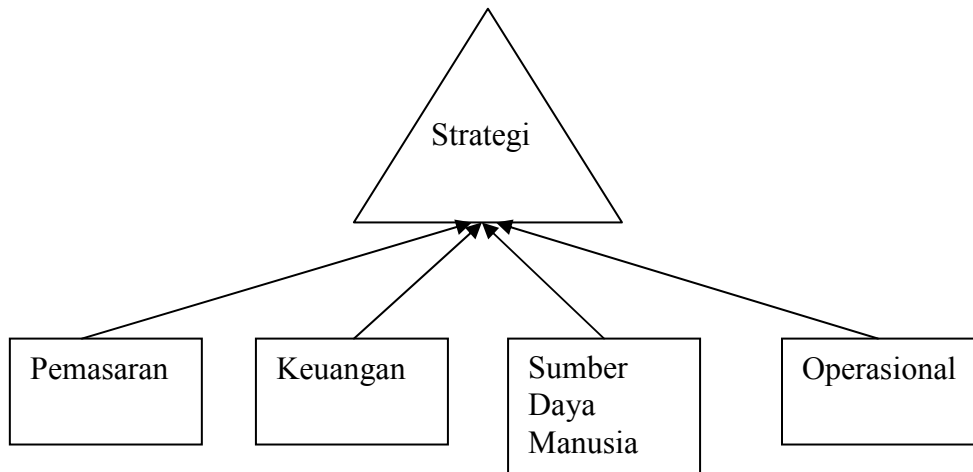
5.1. Dasar Filosofi untuk Entrepreneurship

Menurut John Norton, epistemologi dari Entrepreneur atau permulaan dari entrepreneur adalah orang yang mencapai tujuannya, tidak peduli sumber daya apapun yang dimiliki. Larasati menyatakan bahwa secara epistemologi ilmu entrepreneurship adalah ilmu yang relative masih baru dan dapat dilihat dari dua pendekatan, kausal dan efektif. Kausal adalah menentukan tujuan terlebih dahulu, baru mencari caranya, sedangkan efektif adalah mencari cara dahulu baru menentukan tujuan. Secara ontologi atau cara kita melihat suatu masalah, John Norton berpendapat bahwa entrepreneurship cukup sulit diukur, semua orang dapat menjadi entrepreneur walaupun tidak jenius. Dr. Chong berpendapat bahwa entrepreneurs adalah orang yang dapat melihat peluang dan menjadikannya economic & social value. Mengutip dari Malcolm Gladwell, bahwa lingkungan seseorang, dihubungkan dengan motivasi pribadi, mempengaruhi kesempatan yang diambil. Hal ini sesuai dengan teori dari Mu'minah (2001) bahwa entrepreneur memulai bisnis karena faktor keterpaksaan. Mohammad Yunus, sebagai peraih *Nobel Prize Winner Grameen*, pernah mengatakan bahwa kita semua adalah entrepreneurs, namun hanya sedikit yang mempraktekkannya. Dennis Cheek dalam wawancaranya menjelaskan bahwa terdapat banyak sekali faktor yang mempengaruhi seorang entrepreneur.

5.2. Perbedaan Mengajarkan Manajemen dan Entrepreneurship

Mengajarkan manajemen menurut Larasati lebih kepada seperti membuat cash flow, pencatatan keuangan, dan sebagainya. John Norton menyatakan hal yang serupa bahwa konsep manajemen adalah mengajarkan efisiensi, mendapatkan hasil sebanyak-banyaknya dari sumber daya se-minim mungkin. Hal tersebut serupa dengan teori Sarasvaty mengenai *bird-in-hand principle*, yaitu mengembangkan apa yang kita miliki. Dennis dan Muladi sependapat bahwa management adalah tools untuk dapat mengelola bisnis supaya sukses. Managers menurut Dr. Chong berfokus pada pengembangan bisnis

tersebut. Ke-enam narasumber tersebut hanya melihat manajemen sebagai beberapa fungsi saja yaitu finansial, operasional, dan stratejik.



John dan Larasati sepakat bahwa mengajarkan entrepreneurship adalah mengajarkan proses menciptakan nilai dan melihat peluang. Mengetahui masalah dan mencari solusinya. Misalnya penciptaan pensil berbentuk bola karena lebih ergonomis di tangan manusia. Dennis menyatakan bahwa entrepreneurs lebih berfokus pada penciptaan ide dan peluang, dan memberi nilai tambah. Dr. Chong memiliki konsep *dichotomy* yang menarik. Dichotomy tersebut menjelaskan bahwa entrepreneurs berfokus pada penciptaan atau realisasi sebuah ide bisnis.

Hal ini sesuai dengan teori Schumpeter (1934) dan Casson (1982) yang menekankan bahwa ilmu ekonomi menekankan pada keputusan yang relevan atas alokasi sumber daya yang mengarah pada hasil ekonomi.

5.3 Cara Mengajarkan Kemampuan Berinovasi, Mengambil Resiko, dan

Mengambil Peluang Bisnis

John mengajarkan cara yang mudah dan menyenangkan yaitu dengan permainan yang interaktif. Begitu menyelesaikan tahapan tertentu, maka dapat melanjutkan tahapan berikutnya. Misalnya dengan menggunakan *point based assesment*, setelah melalui serangkaian kegiatan, berapa jumlah point yang dikumpulkan. Bila mencapai point tertentu, akan mendapat privilege khusus seperti mentoring atau pameran.

Larasati memiliki cara yang lebih beragam, yaitu *experiential learning* (misal pergi ke Bandung sebagai kota kreatif, melihat industri di sana), variasi kelas, mengajarkan kalkulasi resiko dan *decision maker*.

Sarasvaty memiliki pendekatan yang menarik, yaitu *affordable loss principle* dan *lemonade principle*. Dalam *affordable loss*, kita harus mampu menghitung resiko sehingga siap dengan segala kerugian, dan mengusahakan kerugian seminim mungkin. Sedangkan penggunaan *lemonade principle* dalam mengambil peluang bisnis adalah sebagai berikut: misal kita hanya memiliki sebuah lemon, kita tidak hanya bisa menjual buahnya, tapi dapat kita olah menjadi kue, sirup, dan lain lain.

Dr. Chong dengan yakin menegaskan bahwa tidak ada cara pembelajaran yang lebih efektif dibanding *project based learning*, dengan *real experiences*, *real failures*. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Dr. Chong, *personal achievement* adalah faktor yang paling memotivasi seseorang untuk memulai bisnis. Maka dari itu diperlukan semacam perlombaan *business plan*, *innovation award*, dan "*hall of fame*" for *entrepreneurial accomplishment*.

Dennis Cheek sendiri menyarankan pembelajaran entrepreneurship yang menyesuaikan masing-masing program studi. Sedangkan Muladi berpendapat bahwa diperlukan suatu pembelajaran yang mengasah imajinasi atau kreativitas, hingga berkembang menjadi ide yang inovatif. Tidak dapat dilakukan dengan cara konvensional.

5.4. Waktu yang Dibutuhkan untuk Mengajarkan Inovasi, Mengambil Resiko dan Peluang Bisnis

Menurut John dan Larasati, tidak ada standart pasti berapa lama waktu yang dibutuhkan. John menyatakan bahwa hal tersebut bergantung pada milestone yang ingin dicapai, seberapa jauh orang tersebut ingin maju dan seberapa keras ia bersedia bekerja. Larasati memiliki cara yang menurutnya dapat digunakan untuk mengukur waktu yang tepat. Yaitu dengan mengumpulkan orang dengan motivasi, usia, latar belakang yang homogen, maka akan diketahui kapasitas standarnya. Muladi berkelakar bahwa orang sudah tua pun masih bisa mengalami kebangkrutan, jadi menurutnya pembelajaran yang diperlukan untuk mengajarkan entrepreneurial intensity ini adalah *life-long learning*. Dr. Chong mengatakan bahwa pembelajaran *entrepreneurship* harus dimulai sedini mungkin sampai

hampir lulus (sekitar 5 tahun), sebelum semangat kewirausahaan tersebut mengkrystal. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Dr. Chong terdapat korelasi yang kuat antara minat dan pemahaman akan *entrepreneurship*.

Dennis Cheek mengatakan bahwa diperlukan waktu yang berbeda untuk setiap orang. Oleh sebab itu disarankan penggunaan *outcome based approach* untuk memperkirakan waktu yang diperlukan untuk mengajarkan *entrepreneurial intensity*. Jadi mahasiswa mengetahui atau mengukur kompetensi saat ini dan kompetensi yang ingin dicapai.

5.5. Perbedaan Mengajarkan Entrepreneurship di Beberapa Negara

Seperti dinyatakan oleh John Norton, terdapat perbedaan yang signifikan antar negara, terutama dalam hal mengambil resiko, membuat kesalahan dan berusaha bangkit, situasi sekitar, dan perbedaan budaya. Contohnya: negara Brazil tidak meminjamkan uang bagi pelaku bisnis yang pernah gagal. Jepang juga tidak menjadi lingkungan yang baik bagi wirausahawan karena pengambilan keputusan selalu dibuat bersama-sama, sehingga tidak mempertajam sense of decision making. Di Mexico, semua orang membuat bisnis.

Dennis Cheek mengatakan bahwa ada perbedaan yang absolut dalam mengajarkan entrepreneurship di beberapa negara. Bahkan di negara yang sama sangat mungkin terjadi perbedaan berdasarkan latar belakang sosio ekonomi dan pendidikan.

Muladi dan Dr. Chong juga menyatakan hal yang serupa, bahwa budaya di suatu negara sangat mempengaruhi tumbuh kembangnya *entrepreneurs*. Misalnya di Jepang dan China, sudah terbiasa dididik menjadi *entrepreneur* sejak dini. Di Filipina, pria lebih dominan.

5.6. Entrepreneurial Process vs Entrepreneurial Intensity

Larasati mengatakan bahwa baik proses maupun intensitas sangatlah penting, namun yang terpenting adalah proses penciptaan nilai. John berpendapat bahwa bila proses tidak tepat, maka intensitas tidak akan membantu. Intensitas juga membutuhkan proses yang baik.

Menurut Dennis Cheek, proses dan intensitas semuanya penting dalam penciptaan dan pengelolaan bisnis. Relativitasnya bergantung dari jenis perusahaan yang diciptakan, kejenuhan pasar dan persaingan, jumlah dana yang tersedia, dan lain lain. Hal tersebut

senada dengan pernyataan Muladi, bahwa proses serta intensitas sangat penting, dan menyesuaikan bisnisnya. Untuk bisnis yang lebih berfokus pada produk, maka *entrepreneurial intensity* lebih diperlukan, sedangkan bisnis jasa lebih mementingkan proses.

Dr. Chong sendiri memiliki pendapat yang unik. Bahwa mengajarkan *entrepreneurship* seperti orang memasak. Walaupun intensitas tinggi, dengan menggunakan *high-pressure cooker*, namun jika prosesnya salah, hasil kurang maksimal. Oleh sebab itu *entrepreneurial process* lebih perlu diperhatikan.

5.7. Pendekatan Sosiologis dan Psikologis dalam Mengajarkan Entrepreneurship

Menurut John Norton, diperlukan jaringan atau komunitas mentor berkualitas yang sukses, yang ingin berkontribusi, dan tidak membutuhkan kompensasi. Hal tersebut serupa dengan yang dikatakan oleh (*crazy quilt principle*) yaitu membangun network yang kita pilih. Dari sisi psikologis, menurut John, kita perlu membangun atau mengajarkan rasa percaya diri. Mendukung mereka untuk memulai, belajar, gagal, dan memulai kembali. Sama dengan konsep yang dikatakan Sarasvaty mengenai *pilot-in the plane principle*, di mana masa depan ditentukan oleh diri sendiri. Larasati pun menyetujui bahwa diperlukan teori *self efficacy* (di mana kita percaya pada kemampuan diri) dalam mengajarkan entrepreneurship.

Network is the currency adalah pendekatan sosiologis untuk seorang wirausaha, menurut Dr. Chong. Sedangkan pendekatan psikologisnya yaitu memperkuat *self-traits* by Maslow. Pernyataan Dr. Chong tersebut sesuai dengan hasil penelitian perilaku manusia dari David Mc Clelland dan Dr. Atkinson yang menyatakan bahwa teori motivasi psikologis dianggap sebagai rujukan terbaik untuk memahami perilaku entrepreneur, yaitu (1) kebutuhan berprestasi, (2) kebutuhan berkuasa, (3) kebutuhan berafiliasi).

Menurut Muladi, pendekatan yang berbeda diperlukan untuk individu yang berbeda. Misalnya seseorang yang kurang memiliki kemampuan *public speaking*, maka perlu mempelajari *communication skill, confidence*, dsb. Sedangkan Dennis mementingkan pendekatan cara bekerja secara efektif bersama tim atau orang lain, serta mengenal kekuatan & kelemahan diri masing-masing.

BAB VI

RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

Berikut adalah rencana kegiatan yang akan dilakukan pada tahap berikutnya:

1. Menemukan model pembelajaran *entrepreneurship* berbasis *project*, karena *entrepreneurship* tidak cukup dipelajari dengan metode tradisional namun *entrepreneurship* sebaiknya dipelajari berbasiskan projek-projek sehingga dapat langsung diaplikasikan. Semakin sering dilakukan semakin terampil.
2. Pengembangan model dan uji coba terbatas, topik:
 - a. Visi-tahapan pencapaian-sarana yang diperlukan
 - b. Design Thinking
 - c. My Inspiration
 - d. My Market Insight
 - e. Studi Banding
 - f. Business Opportunity
 - g. Entrepreneur Inspiration
 - h. Entrepreneur Character
 - i. Merubah sampah menjadi emas
 - j. Prototyping
 - k. Refleksi
 - l. Business Plan
 - m. Sales Performance Contest
 - n. Evaluasi

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dalam tahap ini adalah:

- a. Bidang kajian Entrepreneurship yang tepat sehingga tidak tumpang tindih dengan ilmu manajemen adalah: value creation dan proses menemukan peluang.
- b. *Entrepreneurial Process* (meliputi: menemukan peluang, menggali, dan mengeksplorasi) sama pentingnya dengan *Entrepreneurial Intensity* (kemampuan berinovasi, mengambil resiko, dan pro aktif)
- c. Dalam mengajarkan kemampuan berinovasi, mengambil resiko, dan pro aktif diperlukan metode pembelajaran yang menyenangkan dan bervariasi.
- d. Tidak ada standart pasti dalam menentukan berapa lama waktu yang diperlukan dalam mengajarkan entrepreneurship.
- e. Pendekatan psikologis yang dapat digunakan untuk mengajarkan entrepreneurship adalah menggunakan teori effectuation atau self efficacy dan mengajarkan kepercayaan diri.
- f. Pendekatan sosiologis yang dapat digunakan untuk mengajarkan entrepreneurship adalah dengan menciptakan komunitas entrepreneur yang luas dengan dimentori oleh wirausahawan sukses.

7.2. Saran

Saran bagi strategi pembelajaran entrepreneurship adalah sebagai berikut:

- a. Menambahkan bidang kajian value creation dan menemukan peluang.
- b. Menciptakan metode pembelajaran yang menyenangkan, misalnya dengan permainan, atau variasi kelas (diadakan di luar ruangan, setting ruangan yang berbeda, kunjungan, dsb).
- c. Sama-sama memperkuat proses dan intensitas.
- d. Menciptakan komunitas entrepreneurs yang dimentor oleh wirausahawan sukses.

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA

- Baumol, William J., Robert E. Litan dan Carl J. Schramm, 2010. *Good Capitalism Bad Capitalism*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Birch, D.I. 1979. *The Job Generation Process*. Washington, DC: U.S. Department of Commerce.
- Brandt, S.C. 1986. *Entrepreneur in Established Companies*. Homewood, H: Irwin.Carsrud, Alan L. dan Malin Brannback. 2009. *Understanding the Entrepreneurial Mind*. USA: Springer.
- Burr, 1995
- Casson, M. 1982. *The Entrepreneur – An Economic Theory*. Oxford: Martin Robertson.
- Chell, Elizabeth. 2008. *The Entrepreneurial Personality: A Social Construction*, 2nd. New York: Routledge.
- . 1985. The Entrepreneurial personality: a few ghosts laid to rest?, *International Small Business Journal*, 3: 43 – 54.
- Covin, J.G dan Slevin, D.P. 1989. Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environments, *Strategic Management Journal*, 10 (January): 75 – 87.
- Cox dan Aim, 1995
- Drucker, Peter E. 2005. *Managing for the Future*. New York: Harper and Row
- Friedman, Thomas. 2005. *The World Is Flat*. New York: Farrar, Strauss & Giroux
- Gartner, W.B. 1990. What Are We Talking About When We Talk About Entrepreneurship? *Journal of Business Venturing* 5: 15 – 28.
- Hornaday, J.A dan Aboud, J. 1971. Characteristics of Successful Entrepreneurs, *Personal Psychology*, 24: 141 – 153
- Jeffrey A. dan Stephen Spinelli. 2004. *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. 6th edition. New York: The McGraw Hill Companies, Inc.
- Kao, JJ. 1989. *Entrepreneurship, Creativity and Organization*. Englewood Cliffs, N.J: Prentice-Hall.
- Kirzner, I.M. 1982. Uncertainty, discovery and human action: a study of the entrepreneurial profile in the Misesian system in I.M. Kirzner (Ed) *Method, Process and Austrian Economics: Essays in Honour of Ludwig von Mises*, Lexington, MA: DC Heath.
- Kodrat, David Sukardi, 2011. *Strategi Menambah Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Pendidikan Entrepreneurship untuk Menyongsong Tahun 2020 (Best Paper)* Proceeding SNKIB I, Jakarta: Universitas Tarumanagara.
- Kolb, DA. 1984. *Experiential Learning*. New York: Prentice Hall.
- Kuncoro, Mudrajad . 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan .* Jakarta : Penerbit Erlangga
- Landes, David 1999. *The Wealth and Poverty of Nations: Why Some Are So Rich And Some So Poor*. New York: W.W. Norton.
- Miller, D. 1983, The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms, *Management Science*, 29 (July): 770 – 791.

- Mischel, M. 1968. *Personality and Assessment*. New York: Wiley.
- Morris, Michael, H. 1998, *Entrepreneurial Intensity: Sustainable Advantages for Individuals, Organizations, and Societies*. Londoh: Quorum Books
- Morris, M.H dan Sexton, D.L. 1996. The Concept of Entrepreneurial Intensity: Implications for Company Performance, *Journal of Business Research*, 36 (1): 5 – 14.
- Pinchot, G. 1985. *Intrapreneuring*. New York: Harper & Row.
- Sachs, Jeffrey D. 2005. *The End of Poverty: How We Can Make It Happen In Our Lifetime*. New York: Penguin Press
- Schumpeter, Joseph A. 1942. *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper
- Shane, S. 2003. *A General Theory of Entrepreneurship. The Individual opportunity nexus*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Slaughter, Michie P. 1996. *Entrepreneurship: Economic Impact and Public Policy Implication*, for the Library of Congress Congressional Research Service. Kansas City, MO: Kauffman Center for Entrepreneurship Leadership, Inc.
- Sucipto, Tri dan Tukiran, 1995. *Proyeksi Penduduk Indonesia Tahun 1990 – 2050*. Yogyakarta: Pusat Pendidikan Kependudukan Universitas Gadjah Mada.
- Tropman, J.E., dan Morningstar, G. 1989. *Entrepreneurship Systems for the 1990's*. New York: Quorum Books.

LAMPIRAN

- Lampiran 1 Instrumen Penelitian
- Lampiran 2 Personalia Tenaga Peneliti beserta kualifikasinya
- Lampiran 3 Luaran/Publikasi
 - 3.1 Produk Draft Buku Ajar
 - “ Entrepreneurship Sebagai Sebuah Ilmu ”
 - 3.2 Draft Prototype
 - “ Pengembangan Model Pendidikan Entrepreneurship Berbasis Project ”
 - 3.3 Publikasi ilmiah Jurnal Nasional Terakreditasi
 - “ Accepted di Jurnal Nasional Terakreditasi
 - JOURNAL OF ECONOMIC, BUSINESS & ACCOUNTANCY “
 - 3.4 Seminar Ilmiah Internasional
 - “ ICEBM (Internasional Conference on Entrepreneurship and Business Management)

DATA DIRI

Nama Narasumber : Professor Dennis Cheek

Tempat/tanggal : Surabaya, October 2013

1. Every science has its philosophy root. What is the philosophy for entrepreneurship? From epistemology, ontology, axiology, phenomenology, hermeneutics, and essentialist? Do you have the references?

There are many different approaches to economic development, political economy, government, monetary and regulatory policies, etc. – all of which reflect underlying philosophies that are either explicit or more often than not, implicit. These philosophies often conflict with one another in their orientation. I know of no country where entrepreneurship occurs where there is a consistent underlying philosophy that guides all decisions and actions related to entrepreneurial ventures, their development and support, or their daily operations. Many, many factors influence how entrepreneurs develop their businesses and there is a sense in which entrepreneurs themselves are indifferent to underlying philosophies of the various systems that they must access, navigate, and exploit to practice their craft.

You list a number of ideas from the general arena of philosophy in your question but many of the areas you list are not actual philosophies but rather branches of philosophy, e.g., epistemology, ontology, axiology. A good guide to some philosophical issues as they relate to entrepreneurship can be found in sections of the following books: Baker and Welter (2014), Casson, Yeung, Basu, and Wadson (2006), Kuratko (2013), Morris, Kuratko, and Cornwall (2013), Mueller (2012), and Roy (2011).

2. What's the difference of teaching Management & Entrepreneurship? (If the materials are about marketing, management, production, HRM, & finance)

Entrepreneurship itself as well as management have been thought about and practiced in a variety of different ways. Generally speaking, when we think of entrepreneurship as advocated by Pak Ciputra it has a focus on the creation of new businesses or substantial innovations within existing businesses that have the potential for reasonably rapid growth and the employment of 20 or more people on a full-time basis over substantial period of time. Certainly Pak Ciputra's long-term hope is that a good portion of these new or revitalized businesses will in fact grow to employ thousands of people on a full-time basis for a long period of time. Fundamentally entrepreneurship is about value creation and bringing into existence that which does not yet exist.

This is a perspective quite different from management – which focuses on the day-to-day operations and supervision of an existing enterprise. It is certainly true that successful entrepreneurs must attend to management (either directly themselves by being a good manager, or more often, by hiring good managers to run the day to day affairs of the business). Entrepreneurs are more focused on idea generation, opportunity recognition, and creating new means to add substantial value to an enterprise through innovation at scale. Conversely, there are many, many managers who are not at all entrepreneurial in their orientation but are quite good at making current operations more efficient, effective, and sustainable. Both entrepreneurs and managers employ a variety of tools and techniques to practice their craft and occasionally, the entrepreneur and the manager is, in fact, one at the same person. But I and many others would argue that you can differentiate the practices, perspective, and orientation of these two concepts from one another.

Further reading on this point can be undertaken in Aardt, et al. (2011), Acts, Audretsch, and Strom (2013), Baker and Welter (2014), Blundel and Lockett (2011), Bolton and Thompson (2013), Bygraves and Zacharakis (2014), Casson, Yeung, Basu and Wadeson (2006), Ebner (2014), Foss and Klein (2012), Hindle and Klyver (2012), and Kaplan and Warren (2012).

3. How to teach innovation skill, taking risk, and opportunity finding skill on entrepreneurial science?

There is a considerable body of knowledge about how to teach entrepreneurship at this point in time, however, as I frequently remind UC faculty and leaders, these findings must be tested within Indonesian contexts and adapted over time in light of your action research efforts to fine tune their applicability to your local environment. Entrepreneurship looks different all over the world (Acs, Audretsch, 2008; Dana, 2006, Dana, Han, Ratten, Welppe, 2009; Hayton, Salvato, Manimala, 2014; Lerner and Schoar, 2010). Therefore what works in one place cannot be transplanted and implemented exactly the same way somewhere else. Approaches to entrepreneurship education must be tested, improved, retested, until there is substantial evidence that they “work” within the local contexts in which they are being applied. There is also variation within nations as well as across nations as subpopulations and regions exhibit substantial differences as well.

Excellent guides that can inform UC as it continues to develop its own unique approaches to helping students and others develop skills at innovation, understanding and evaluation risks, sharpening their skills at opportunity recognition, and other important aspects of creating, launching and sustaining entrepreneurial enterprises. These include the following recent general resources: Fayolle, 2010; Fayolle and Redford, 2014; Fetters, Greene, Rice, and Butler, 2010; Hampton-Turner, 2009; Hayton,

Salvato, and Manimala, 2014; Jones, 2011; Jones, 2013; Morris, Kuratko, and Cornwall, 2013; Thomas and Kelley, 2011; West, Gatewood, and Shaver, 2009; and Wong, 2011).

You must also pay attention to the fact that adapting entrepreneurship education to different subject areas is also needed. Thus what is taught in the six core courses has to be supplemented and enhanced by what happens within the disciplinary majors that UC students pursue. Some recent examples of this can be found in Beckman, 2010 (for the arts and culture majors), Alsos, Carter, Ljunggren, and Welter, 2011 (for agriculture and rural development), Etemad, 2013 (energy as it relates to engineering for example), and Reihlen and Werr, 2012 (professional services). You should also think about the ways in which entrepreneurship venturing and education about entrepreneurship may need to be different for female versus male students. There is a growing body of literature on women entrepreneurs providing evidence that their pathways and needs for support in their quest are different than that of men (e.g., Fielden and Davidson, 2010; Hughes and Jennings, 2012; McAdam, 2012; Smith-Hunter, 2013). Obviously you also work in a country where the role that religion plays in entrepreneurship cannot be ignored but should be explicitly addressed in your curriculum (e.g., Kayed and Hassan, 2013; Dana, 2010 and many Indonesian resources you will know better than me). You also have to adapt your programs to “youth culture” among your students (think about the educational implications of books such as Salkowitz, 2010).

4. How long ideally does it take to teach innovation skill, taking risk, and opportunity finding skill?

5. Do you have the references for those?

It takes different amounts of time for different groups of students to acquire these skills at rudimentary, proficient, and advanced level. One of the most important things we know about human learning is that it is highly variable and depends on many factors. You should focus on creating a series of ways to examine your students’ proficiencies in a consistent manner and rate them (it is even better to create a system whereby they can continuously rate themselves as they test their skills against tasks you have preset for them). Each student has a “right” to know where they are now in their personal competency set and how to move along the continuum towards ever greater proficiency. This is an outcomes-based approach to learning and you can use approaches such as “backwards design” to figure out what your competencies need to be and how they can be properly assessed with validity and reliability. (Of course I can come do a 1-2 week workshop on this topic where we jointly create the first sets of materials and refine them by testing them on actual students and successful entrepreneurs; obviously your psychology faculty has skills that relate to doing this type of work as well). You can learn more about some of these matters from the books I have already referenced in my response to #3 above.

6. Are there any differences on teaching entrepreneurship on several countries that you have been visited or researched on?

Absolutely and this is what one would expect as I explained briefly in my first paragraph to response #3. Once again, see the entrepreneurship education references in my response to #3, especially Fayolle (2010) and Fayolle and Redford (2014). EE also looks different within the SAME country too when you move from different types of universities, different parts of the country, different types of students from disparate socioeconomic backgrounds, and different educational achievement levels.

7. Which one is more important on teaching entrepreneurship? Is it the entrepreneurial process (find opportunities, discovery, and exploitation) or entrepreneurial intensity (innovation, risk-taking, & pro-active)?

All are important to successful venture creation and maintenance! Their relative importance varies as well depending on the kind of enterprise you are creating, the maturity of the local market, the robustness of the competition space, the amount of creative financing available, and many other factors. If you just look at the research literature on just family businesses alone, this is readily apparent, e.g., Au, Craig, and Ramachandran, 2011; De Massis, Sharma, Chua, and Crisman, 2012; Lubinski, Fear, and Perez, 2013; Phan and Butler, 2008; Sorenson, 2012; and Sorenson, Yu, Brigham, and Lumpkin, 2013. You are seeking to produce scholar-practitioners who: 1) understand the interrelationship between these many different concepts, 2) know how to appropriately use various tools and techniques to create and advance their business ideas, and 3) have some facility in basic management skills and human relations skills to make their way forward successfully. You cannot teach people EVERYTHING they need to know, but you can give them a firm foundation and enough trail experience that they are not set up to fail and have a good chance of succeeding if they persevere – even if their first venture is not successful. Further you are producing people who understand the vital role that entrepreneurs play in the economy so that even if they “take” a job that someone else has created, they will always seek to nurture and support local entrepreneurs in their own way and support government policies and practices that create a robust innovation space where entrepreneurship can thrive.

8. How to use sociological and psychological approach on teaching entrepreneurship?

I don't know what is meant exactly by this question. We know that successful entrepreneurs are pretty much like other people but may be more apt to take on risks and to persevere with their ideas even when others are critical of them. Certainly every prospective entrepreneur needs to know some basic sociology and psychology and understand how to work effectively with people as well as have good insights into their own strengths and weaknesses. Baron's book (2013) is a good guide to the

fundamental skill set you are seeking to cultivate. Certainly when you look through the extensive six page bibliography I have supplied with these responses you can see the value of sociological and psychological approaches to researching entrepreneurship in general and entrepreneurship education in particular. I have included a number of methodological texts related to these areas as well. I have also included references on social entrepreneurship as it relates to both social enterprises as well as commercial firms. These references remind us once again of the importance of sociological and psychological dimensions of entrepreneurship.

**Working Bibliography of Recommended Recent Compilations and Summaries
Regarding Entrepreneurship Research and Entrepreneurship Education Prepared for
Universitas Ciputra, Surabaya, Indonesia**

Professor Dennis Cheek, October 2013

Aardt, Isavan, et al. (2011). *Entrepreneurship and New Venture Management*. Oxford University Press, 4th ed.

Acs, Zoltán J., David B. Audretsch, Eds. (2008). *Small Firms and Entrepreneurship: An East-West Perspective*. Cambridge University Press.

Acs, Zoltán J., David B. Audretsch, Eds. (2011). *Handbook of Entrepreneurship Research: An International Survey and Introduction*. Springer, 2nd ed.

Acs, Zoltán J., David B. Audretsch, Robert J. Strom, Eds. (2013). *Entrepreneurship, Growth and Public Policy*. Cambridge University Press.

Alsos, Gry Agnete, Sara Carter, Elizabet Ljunggren, Friederike Welter, Eds. (2011). *The Handbook of Research on Entrepreneurship in Agriculture and Rural Development*. Edward Elgar.

Audretsch, David B., Albert N. Link (2012). *Valuing an Entrepreneurial Enterprise*. Oxford University Press.

Audretsch, David B., Isabel Grilo, A. Roy Thurik, Eds. (2009). *Handbook of Research on Entrepreneurship Policy*. Edward Elgar.

Audretsch, David B., Oliver Falck, Stephan Heblich, Eds. (2011). *Handbook of Research on Innovation and Entrepreneurship*. Edward Elgar.

Au, Kevin, Justin B. Craig, K. Ramachandran, Eds. (2011). *Family Enterprise in the Asia Pacific: Exploring Transgenerational Entrepreneurship in Family Firms*. Edward Elgar.

Baker, Ted, Friederike Welter, Eds. (2014). *The Routledge Companion to Entrepreneurship*. Routledge.

Baron, Robert A. (2013). *Enhancing Entrepreneurial Excellence: Tools for Making the Possible Real*. Edward Elgar.

Beckman, Gary D., Ed. (2010). *Disciplining the Arts: Teaching Entrepreneurship in Context*. R & L Education.

Bennett, Robert J. (2014). *Entrepreneurship, Small Business and Public Policy: Evolution and Revolution*. Routledge.

Berglund, Karin, Bergt Johannisson, Birgitta Schwartz, Eds. (2013). *Societal Entrepreneurship: Positioning, Penetrating, Promoting*. Edward Elgar.

Bessant, John, Joe Tidd (2011). *Innovation and Entrepreneurship*, Wiley, 2nd ed.

Blundel, Richard, Nigel Lockett (2011). *Exploring Entrepreneurship*. Oxford University Press.

Bock, Lynn, David Phillips (2013). *Creativity and Entrepreneurship*. Edward Elgar.

Bolton, Bill, John Thompson (2013). *Entrepreneurs: Talent, Temperament, Technique*. Routledge, 3rd ed.

Bygraves, William D., Andrew Zacharakis (2014). *Entrepreneurship*. Wiley, 3rd ed.

Carpenter, Megan M. (2012). *Entrepreneurship and Innovation in Evolving Economies: The Role of Law*. Edward Elgar.

Carsrud, Alan, Malin Brännback, Eds. (2014). *Handbook of Research Methods and Approaches in Entrepreneurship and Small Business*. Edward Elgar.

Casson, Mark, Bernard Yeung, Anuradha Basu, Nigel Wadeson, Eds. (2006). *The Oxford Handbook of Entrepreneurship*. Oxford University Press.

Casson, Mark, Catherine Casson, Eds. (2013). *History of Entrepreneurship: Innovation and Risk-Taking, 1200-2000*. Edward Elgar.

Chell, Elizabeth, Mine Karatas-Özkan, Eds. (2014). *Handbook of Research on Small Business and Entrepreneurship*. Edward Elgar.

Cumming, Douglas, Ed. (2012). *The Oxford Handbook of Venture Capital*. Oxford University Press.

Dana, Léo-Paul, Ed. (2006). *Handbook of Research on International Entrepreneurship*. Edward Elgar.

Dana, Léo-Paul, Mary Han, Vanessa Ratten, Isabell M. Welpel, Eds. (2009). *Handbook of Research on Asian Entrepreneurship*. Edward Elgar.

Dana, Léo-Paul, Ed. (2010). *Entrepreneurship and Religion*. Edward Elgar.

Davidsson, Per (2009). *The Entrepreneurship Research Challenge*. Edward Elgar.

DeBeule, Filip, Ysabel Nauwelaerts, Eds. (2013). *Innovation and Creativity: Pillars of the Future Global Economy*. Edward Elgar.

De Massis, Alfredo, Pramodita Sharma, Jess H. Chua, James J. Crisman (2012). *Family Business Studies: An Annotated Bibliography*. Edward Elgar.

Ebner, Alexander (2014). *Embedded Entrepreneurship: The Institutional Dynamics of Innovation*. Routledge.

Etemad, Hamid, Ed. (2013). *The Process of Internationalization in Energy SMEs and Energy Economics*. Edward Elgar.

Fayolle, Alain, Ed. (2010). *Handbook of Research in Entrepreneurship Education*. Edward Elgar, 3rd ed.

Fayolle, Alain, Harry Matlay, Eds. (2012). *Handbook of Research on Social Entrepreneurship*. Edward Elgar.

Fayolle, Alain, Paula Kyrö, Tõnis Mets, Urve Venesaar, Eds. (2013). *Conceptual Richness and Methodological Diversity in Entrepreneurship Research*. Edward Elgar.

Fayolle, Alain, Mike Wright (2014). *How to Get Published in the Best Entrepreneurship Journals*. Edward Elgar.

Fayolle, Alain, Dana T. Redford, Eds. (2014). *Handbook on the Entrepreneurial University*. Edward Elgar.

Fetters, Michael L., Patricia G. Greene, Mark P. Rice, John Sibley Butler, Eds. (2010). *The Development of University-Based Entrepreneurship Ecosystems*. Edward Elgar.

Fielden, Sandra L., Marilyn J. Davidson, Eds. (2010). *International Research Handbook on Successful Women Entrepreneurs*. Edward Elgar.

Foss, Nicolai J., Peter G. Klein (2012). *Organizing Entrepreneurial Judgment: A New Approach to the Firm*. Cambridge University Press.

Fritsch, Michael, Ed. (2013). *Handbook of Research on Entrepreneurship and Regional Development: National and Regional Perspectives*. Edward Elgar.

Guo, Chao, Wolfgang Bielefeld (2014). *Social Entrepreneurship: An Evidence-based Approach to Creating Social Value*. Wiley.

Hamilton, Eleanor (2013). *Entrepreneurship across Generations*. Edward Elgar.

Hampton-Turner, Charles (2009). *Teaching Innovation and Entrepreneurship: Building on the Singapore Experiment*. Cambridge University Press.

Hayton, James, Carlo Salvato, Mathew J. Manimala, Eds. (2014). *Global Entrepreneurship: Case Studies of Entrepreneurial Firms Operating Around the World*. Routledge.

Hemingway, Christine A. (2013). *Corporate Social Entrepreneurship: Integrity Within*. Cambridge University Press.

Hindle, Kevin, Kim Klyver, Eds. (2012). *Handbook of Research on New Venture Creation*. Edward Elgar.

Hughes, Karen, Jennifer Jennings, Eds. (2012). *Global Women's Entrepreneurship Research: Diverse Settings, Questions and Answers*. Edward Elgar.

Jones, Colin (2011). *Teaching Entrepreneurship to Undergraduates*. Edward Elgar.

- Jones, Colin (2013). *Teaching Entrepreneurship to Postgraduates*. Edward Elgar.
- Kaplan, Jack M., Anthony C. Warren (2012). *Patterns of Entrepreneurship Management*. Wiley, 4th ed.
- Kayed, Rasem N., M. Kabir Hassan (2013). *Islamic Entrepreneurship*. Routledge.
- Kickul, Jill, David Gras, Sophie Bacq, Mark Griffiths, Eds. (2013). *Social Entrepreneurship*. Edward Elgar.
- Kim, Annette Miae (2008). *Learning to be Capitalists: Entrepreneurs in Vietnam's Transition Economy*. Oxford University Press.
- Kressel, Henry, Thomas V. Lento (2012). *Entrepreneurship in the Global Economy: Engine for Economic Growth*. Cambridge University Press.
- Kshetri, Nir (2014). *Global Entrepreneurship: Environment and Strategy*. Routledge.
- Kuratko, Donald F. (2013). *Entrepreneurship: Theory, Process and Practice*. Cengage Learning, 9th ed.
- Landström, Hans, Colin Mason, Eds. (2012). *Handbook of Research on Venture Capital. Volume 2: A Globalizing Industry*. Edward Elgar.
- Landström, Hans, Franz Lohrke, Eds. (2012). *Historical Foundations of Entrepreneurship Research*. Edward Elgar.
- Landström, Hans, Franz Lohrke, Eds. (2012). *Intellectual Roots of Entrepreneurship Research*. Edward Elgar.
- Lerner, Josh, Antoinette Schoar, Eds. (2010). *International Differences in Entrepreneurship*. University of Chicago Press.
- Lubinski, Christina, Jeffrey Fear, Paloma Fernández Pérez, Eds. (2013). *Family Multinationals: Entrepreneurship, Governance, and Pathways to Internationalization*. Routledge.
- Majumdar, Sumit K. (2012). *India's Late, Late Industrial Revolution: Democratizing Entrepreneurship*. Cambridge University Press.
- Malerba, Franco, Ed. (2013). *Knowledge-Intensive Entrepreneurship and Innovation Systems: Evidence from Europe*. Routledge.
- McAdam, Maura (2012). *Female Entrepreneurship*. Routledge.
- McCann, Philip, Les Oxley (2013). *Innovation, Entrepreneurship, Geography and Growth*. Wiley-Blackwell.
- Minniti, Maria (2013). *The Dynamics of Entrepreneurship: Evidence from Global Entrepreneurship Monitor Data*. Oxford University Press.

Mitra, Jay (2011). *Entrepreneurship, Innovation and Regional Development: An Introduction*. Routledge.

Mitra, Jay, John Edmonson, Eds. (2014). *Entrepreneurship & Knowledge Exchange*. Routledge.

Morris, Michael H., Donald F. Kuratko, Jeffrey R. Cornwall (2013). *Entrepreneurship Programs and the Modern University*. Edward Elgar.

Mueller, Dennis C., Ed. (2012). *The Oxford Handbook of Capitalism*. Oxford University Press.

Neergaard, Helle, John Parm Ulhä (2008). *Handbook of Qualitative Research Methods in Entrepreneurship*. Edward Elgar.

Phan, Phillip H., John E. Butler, Eds. (2008). *Theoretical Developments and Future Research in Family Business*. Information Age Publishing.

Phan, Phillip H., Jill Kickul, Sophie Bacq, Mattias Nordqvist, Eds. (2014). *Theory and Empirical Research in Social Entrepreneurship*. Edward Elgar.

Reihlen, Markus, Andreas Werr, Eds. (2012). *Handbook of Research on Entrepreneurship in Professional Services*. Edward Elgar.

Roy, Rajeev (2011). *Entrepreneurship*. Oxford University Press, 2nd ed.

Salkowitz, Rob (2010). *Young World Rising: How Youth, Technology, and Entrepreneurship are Changing the World from the Bottom Up*. Wiley.

Schaper, Michael, Thierry Volery, Paull Weber, Kate Lewis (2010). *Entrepreneurship and Small Business*. Wiley, 3rd ed. Asia-Pacific.

Seymour, Richard, Ed. (2012). *Handbook of Research Methods in Social Entrepreneurship*. Edward Elgar.

Smith-Hunter, Andrea E. (2013). *Women Entrepreneurs in the Global Marketplace*. Edward Elgar.

Sorenson, Ritch L., Ed. (2012). *Family Business and Social Capital*. Edward Elgar.

Sorenson, Ritch L., Andy Yu, Keith H. Brighan, G. T. Lumpkin, Eds. (2013). *The Landscape of Family Business*. Edward Elgar.

Strauss, Steven D., et al. (2013). *Planet Entrepreneur: The World Entrepreneurship Forum's Guide to Business Success around the World*. Wiley.

Szirmai, Adam, Wim Naude, Micheline Goedhuys, Eds. (2011). *Entrepreneurship, Innovation, and Economic Development*. Oxford University Press.

Thai, Mai Thi Thanh, Ekaterina Turkina, Eds. (2012). *Entrepreneurship in the Informal Economy: Models, Approaches, and Prospects for Economic Development*. Routledge.

Thérin, François, Ed. (2014). *Handbook of Research on Techno-Entrepreneurship*. Edward Elgar, 2nd ed.

Thomas, Hugh, Donna Kelley, Eds. (2011). *Entrepreneurship Education in Asia*. Edward Elgar.

West, G. Page III, Elizabeth J. Gatewood, Kelly G. Shaver, Eds. (2009). *Handbook of University-wide Entrepreneurship Education*. Edward Elgar.

Wong, Po Kam, Ed. (2011). *Academic Entrepreneurship in Asia: The Role and Impact of Universities in National Innovation Systems*. Edward Elgar.

Wustenhagen, Rolf, Robert Wuebker, Eds. (2011). *The Handbook of Research on Energy Entrepreneurship*. Edward Elgar.

Yu, Tony Fu-Lai, Ho-Don Yan, Eds. (2014). *Handbook of East Asian Entrepreneurship*. Routledge.

Zheng, Ping, Richard Scase (2013). *Emerging Business Ventures under Market Socialism: Entrepreneurship in China*. Routledge.

DATA DIRI

Nama Narasumber : Chong Chee Leong
Tempat/ tanggal : Bali, 22 November 2013

1. Every science has its philosophy root. What is the philosophy for entrepreneurship? From epistemology, ontology, axiology, phenomenology, hermeneutics, and essentialist? Do you have the references?

Entrepreneur is a person who organizes and manages any enterprise, especially a business, usually with considerable initiative and risk. He has ability to organize resources and provide the leadership, to act on opportunities creating economic and social value everywhere.

2. What's the difference of teaching Management & Entrepreneurship? (If the materials are about marketing, management, production, HRM, & finance)

- An entrepreneur is not a manager. An entrepreneur is someone who is great at conceiving ideas, starting ideas, building ideas.. and then handling them over to really good managers to run the business.
- Entrepreneurs are go-getters. After they build a business, they are ready to push the envelope once again. Managers believe in the business they built so much that they want to cultivate it on a daily basis.

3. How to teach innovation skill, taking risk, and opportunity finding skill on entrepreneurial science?

- Definitely, must be project based. Nothing beats real experience, real failure.
- Creativity culture also.
- Since personal achievement was found to be the largest motivating factor for student to start their business, university should supplement academic achievement with other forms of recognition such as business plan competitions, award for innovation, and hall of fame for entrepreneurial accomplishment.

4. How long ideally does it take to teach innovation skill, taking risk, and opportunity finding skill?

Since day 1 they enter the university. If you start too late, the spirit will be crystalized.

5. Are there any differences on teaching entrepreneurship on several countries that you have been visited or researched on?

Quite a lot, usually from the culture of the place, the state of development. For example in Philippines, male are more dominant.

6. Which one is more important on teaching entrepreneurship? Is it the entrepreneurial process (find opportunities, discovery, and exploitation) or entrepreneurial intensity (innovation, risk-taking, & pro-active)?

For me, it's process. It is like cooking. If you use pressure cooker, however it is intensive, if the process is wrong, it will be damaged. So you need to be careful. In Singapore, anytime there comes innovation, people will ask, "how it is done?"

7. How to use sociological and psychological approach on teaching entrepreneurship?

- Sociological: network is the currency, so encourage teamwork, got friends
- Psychological: leadership, integrity, personal brand, and also strengthen the self-trait like in Maslow Hierarchy. For example, emphasize on if you want to actualize yourself, so run the business might give opportunity. High correlation found between interest and level of understanding of entrepreneurship indicates that greater exposure to entrepreneurship will further raise student interest in starting their own businesses.

WAWANCARA dengan Chong Chee Leong



WAWANCARA dengan Muladi



DATA DIRI

Nama Narasumber : Prof. John Norton
Tempat/tanggal : Surabaya, 26 Juli 2013

1. Every science has its philosophy root. What is the philosophy for entrepreneurship? From epistemology, ontology, axiology, phenomenology, hermeneutics, and essentialist? Do you have the references?

- a. Epistemology: epistemology is the beginning of things. For me, entrepreneurs are people who achieve goals regardless of the resources they have. Well, it hasn't fully developed yet. No method or form to fulfill, I can't really say.
- b. Ontology: ontology is how you see the problem. Marketing is fully defined theory, but entrepreneurship needs psychological theory because it is hard to measure. We need to do research of phenomenon. From the psychology theory, everybody can be an entrepreneur. No need to be genius to be an entrepreneur.
- c. Axiology: axiology is the process. So I might define entrepreneur as somebody who starts something.
- d. Hermeneutics & Essentialist: I'm not sure I can answer.

2. What's the difference of teaching Management & Entrepreneurship? (If the materials are about marketing, management, production, HRM, & finance)

- a. Teaching MBA: the concept is doing more with less. Efficiency
- b. Entrepreneurship: is about value creation and see the opportunity. Know the problems and find the solutions. For examples:
 - i. Kindle: smell like a book, easy access and quick download, very light.
 - ii. Google Fiber: optic to access high-speed internet, easily attachable and detachable.
 - iii. Pencil balls: Pencil like a ball, more ergonomic.

3. How to teach innovation skill, taking risk, and opportunity finding skill on entrepreneurial science?

We need to make learning is fun so that it gets easier to learn entrepreneurship, we can create game. It should be in an interactive ways, after completing one level, we'll be LEVEL UP. Our targets are young adult who still seeks for fun and easy way to learn.

4. How long ideally does it take to teach innovation skill, taking risk, and opportunity finding skill?

- a. As long as it take to be an entrepreneur.

- b. It depends on milestone process, how far you want to go, how hard you are willing to work.

5. Do you have the references for those?

Well, I think I have. "Teaching" and "Teaching Entrepreneurship" is the same thing.

6. Are there any differences on teaching entrepreneurship on several countries that you have been visited or researched on?

- a. Yes, significant differences. On taking risk, making mistakes and coming back, environment and cultural differences. For example:
 - i. In Brazil, they do not loan money for businessman who failed.
 - ii. Japan is not a good environment for entrepreneurship, because they often use consensus decision making. It does not sharpened entrepreneur's sense of decision making
 - iii. In Mexico, people are starting companies everywhere.
 - iv. In Silicon Valley (America), the five important things are people, people, people, people, and business model. So who you are is what matter the most.

7. Which one is more important on teaching entrepreneurship? Is it the entrepreneurial process (find opportunities, discovery, and exploitation) or entrepreneurial intensity (innovation, risk-taking, & pro-active)?

- a. Well, if the process is not correct, intensity will not help.
- b. Entrepreneurial intensity is prominent. It also needs a good process.

8. How to use sociological and psychological approach on teaching entrepreneurship?

- a. Sociological:
 - i. Create huge of qualified mentors, successful mentors who want to contribute, and FOR FREE. They do not need compensation, but higher purpose, which is sharing.
 - ii. Create huge network or communities
- b. Psychological:
 - i. Well, you can't make a fearful person to be brave. We only can support them to start, learn, fail, and then start again. CONFIDENCE is very important. Confidence of controlling their own future.

BIODATA KETUA TIM PENELITI

A. IDENTITAS DIRI

1	Nama Lengkap	Dr.Mohamad Yusak Anshori, MM.
2	Jabatan Fungsional	Lektor
3	Jabatan Struktural	Dekan Fakultas Ekonomi-Universitas Ciputra
4	NIP/ NIK/ Identitas Lainnya	00010053
5	NIDN	0713106704
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Kediri, 13 Oktober 1967
7	Alamat Rumah	Surabaya Plaza Hotel, Jl.Pemuda 33-37 Surabaya
9	No. Tlp/Faks	031-5316833/ fax:031-5322520
10	Alamat Kantor	Universitas Ciputra Surabaya, UC Town, Citraland Surabaya 60219
11	No. Tlp/ Faks	031-7451699/ fax:031-745 1698
12	Alamat Email	yusak.anshori@ciputra.ac.id
13	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S-1 = 20 orang; S2 = 15 orang; S-3 ; - orang
14	Mata Kuliah yang Diampu	1. Manajemen Strategi
		2. Manajemen Pemasaran
		3. Manajemen Sumber Daya Manusia
		4. Global Entrepreneurship

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta	Universitas Airlangga, Surabaya	Universitas Airlangga, Surabaya
Bidang Ilmu	Hubungan Internasional	Magister Manajemen	Ilmu Ekonomi

Tahun Masuk – Lulusan	1986-1992	2002-2004	2005-2009
Judul Skripsi/Thesis/Disertasi	Krisis Konstitusi Australia 1975	Analisis Penerapan <i>Knowledge Management</i> dan <i>Knowledge Based Strategy</i> di Surabaya Plaza Hotel	Pengaruh Orientasi Pasar, <i>Intellectual Capital</i> , Orientasi Pembelajaran terhadap Inovasi dan Kinerja Hotel Bintang Empat dan Lima di Jawa Timur
Nama Pembimbing/Promotor	Dra.Soelistiyati Ismail Gani	Prof.Dr.Arsono Laksmana	Prof.V.Henky Supit

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Juta Rp)
1	2011	Peningkatan Penjualan” Nasi Goreng Jancuk” di Surabaya Plaza Hotel	Surabaya Plaza Hotel	Rp.10 Juta
2	2013	<i>The Preceived Contribution on the Company Through Job Satisfaction and Employee Loyalty at Surabaya Plaza Hotel</i>	Surabaya Plaza Hotel	Rp. 10 Juta

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Juta Rp)
1	2005-2010	Executive Director Surabaya Tourism Promotion Board (STPB)	Pemkot	Rp 800 Juta/Tahun
2	2005-2010	Ketua Casa Grande (Asosiasi Hotel Bintang 3,4,5 dan Golf Club) Jawa Timur	Anggota	Rp. 2 Juta/anggota
3	2010- Sekarang	Ketua Dewan Pariwisata Indonesia (DEPARI) Jatim	Swadana	Rp. 1 Juta/bulan
4	2011	Executive Director East Java Carnival Board (JAC Board)	Pemprov Jatim & Sponsor	Rp.1M per Event

E. Pengalaman Penulisan Artikel Ilmiah Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Volume/ Nomor/Tahun	Nama Jurnal
1	<i>The Importance of Customer Satisfaction and Supreme Service Provision in the Hotel Industry: A Case study of Surabaya Plaza Hotel</i>	Vol.3/No.1/2007	Hotel Management
2	Pengaruh Orientasi Pasar, <i>Intellectual Capital</i> , dan Orientasi Pembelajaran terhadap Inovasi	Vol.3/No.3/2011	Integritas Jurnal Management Business
3	Pengaruh Kualitas Jasa Perbankan Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Rakyat Indonesia Surabaya	Vol.1/No.3/2011	Journal of Business & Banking

F. Pengalaman Penyampaian Makalah Secara Oral Pada Pertemuan Pertemuan / Seminar Ilmiah dalam 5 Tahun Terakhir

No	Nama Pertemuan Ilmiah / Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1	World Tourism Investment Summit	Surabaya as a Tourism Destination	Busan (Korea), 7 Oktober 2008
2	Pacific Asia Travel Association (PATA) Sweden Chapter	Destination Java	Stockholm (Swedia), 29 Oktober 2008
3	International Conference 41 st Anniversary of STIE Perbanas Surabaya	<i>Intellectual Capital and Global Competencies as Competitive Advantage in the Hotel Industry</i>	Surabaya, 28 Januari 2011
2	United Nations World Tourism Organization	<i>Tourism Ethics As A Competitive Advantage at Surabaya Plaza Hotel</i>	Bali, 11 Juni 2011
3	Seminar Nasional Manajemen Teknologi XIV	Implementasi Teknometrik (<i>Humanware</i>) untuk meningkatkan kompetensi Sumber Daya Manusia di Surabaya Plaza Hotel	MMT-ITS Surabaya, 23 Juli 2011
4	Seminar Nasional Kewirausahaan/Entrepreneur	Pendidikan Entrepreneur di Era Global	Kediri, 17 Juni 2012

G. Pengalaman Penulisan Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1	Sparkling Surabaya: Pariwisata Dengan huruf L	2008	190	Bayumedia
2	Manajemen Strategi Hotel	2010	166	Putra Media Nusantara
3	Tourism Board: Strategi Promosi Pariwisata daerah	2010	84	Putra Media Nusantara
4	Surabaya, Enaknya Kemana?	2011	317	Elexmedia

				(Gramedia Group)
5	Lombok, Enaknya Kemana?	2011	271	Elexmedia (Gramedia Group)
6	Keeksotisan Batik Jawa Timur	2011	350	Elexmedia (Gramedia Group)

H. Pengalaman Perolehan HKI dalam 5-10 Tahun Terakhir

No	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1	Sparkling Surabaya	2006	Logo	032638
2	Kuping (Kuda Lumping)	2011	Seni Lukis	C00201102383
3	Trasiswa	2012	Logo	C00201103387
4	Yori	2012	Seni Lukis	C00201104725
5	Yori (Batik)	2012	Seni Lukis	C00201104726

I. Pengalaman merumuskan Kebijakan Publik/ Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir.

No	Judul/ Tema/ Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respons Masyarakat
1	Surabaya Tourism Promotion Board	2005-2010	Surabaya	Positif
2	Green Job bersama International Labor Organization (ILO)	2009	Kab.Malang	Positif
3	Penyusunan Kebijakan dan Perencanaan Pembangunan Kepariwisata Nasional	2008	Departemen Kebudayaan & Pariwisata Jakarta	Positif

J. Penghargaan yang Pernah Diraih dalam 10 tahun terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)

No	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1	Gubernur Jatim di bidang Pendidikan, Hotel, Pariwisata, Seni dan Budaya	Pemerintah Provinsi Jatim	2007
2	Walikota Surabaya di bidang Promosi Pariwisata	Pemerintah Kota Surabaya	2008
3	Pariwisata Award Kategori Leading Practitioner	Lembaga Masyarakat Peduli Pariwisata Jawa Tengah	2011

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima resiko.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Hibah Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi

Surabaya, 28 November 2013

Pengusul,

Mohamad Yusak Anshori

BIODATA ANGGOTA TIM PENELITIAN

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Dr. David Sukardi Kodrat, M.M., CPM (Asia)
2	Jabatan Fungsional	Lektor
3	Jabatan Struktural	Dekan Fakultas Pasca Sarjana
4	NIK	00506006
5	NIDN	0704126801
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Purwokerto , 04 Desember 1968
7	Alamat Rumah	Jl. Wonorejo Permai Selatan III/32 Surabaya 60296
9	No. Tlp/Faks	031-8706765
10	Alamat Kantor	UC Town Citraland Surabaya
11	No. Tlp/ Faks	031-7451698
12	Alamat Email	david.kodrat@ciputra.ac.id
13	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S-1 = 288 orang; S2 = 1 orang; S-3 ; - orang
14	Mata Kuliah yang Diampu	1. Business Execution
		2. Strategic Management
		3. Entrepreneurship Project
		4. Business Insight
		5. Marketing
		6. Finance

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Atmajaya Yogyakarta	Universitas Jember	Universitas Brawijaya, Malang
Bidang Ilmu	Ekonomi	Magister Management	Ilmu Ekonomi
Tahun Masuk – Lulusan	1987-1992	1999-2000	2002-2005
Judul Skripsi/Thesis/Disertasi	Studi banding penyusunan laporan keuangan dengan metode general price level accounting dan historical cost accounting	Uji konsistensi saham-saham properti yang Go public di bursa efek Jakarta	Pola Rasio keuangan dalam Business Cycle pada saham- saham property dan real estate
Nama Pembimbing/Promotor	Dra. C.H. Rusiti, M.S Ak	Dr. Andi Sularso, MSM	Prof. Dr. Safei Idrus, M.Sc

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Rp)
1	2012	“Inovasi Bisnis dan Membangun <i>Spirit of Entrepreneur</i> pada Industri Alas Kaki” (Riset Andalan Perguruan Tinggi dan Industri)	DIKTI (RAPID)	270.760.000
2	2012	“Analisis faktor yang Mempengaruhi Sikap Kewirausahaan pada Etnik Cina di Indonesia” (Hibah Unggulan Perguruan Tinggi)	DIKTI (AUPT)	40.000.000
3	2011	The Process Of Entrepreneurship Learning on Innovative Venture Creation at Ciputra University, Surabaya	UC	± 10.000.000
4	2011	Sektor-sektor Pembeda Antar Daya Saing Propinsi Yang Tinggi dengan Daya Saing Propinsi yang Rendah	Mandiri	± 10.000.000
5	2011	Strategi Menambah Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) melalui pendidikan <i>entrepreneurship</i> untuk Menyongsong Tahun 2020.	Mandiri	± 20.000.000
6	2011	Uji Interpretatif, Relevansi, dan Komparatif Laporan Keuangan	Mandiri	± 5.000.000
7	2009	Membangun Strategi “Low Budget High Impact” di <i>Era New Wave Marketing</i> (Kajian atas perusahaan Top Brand 2000 – 2007)	Mandiri	± 10.000.000
8	2009	<i>Value Based Management</i> Sebagai Alat Ukur Kinerja Perusahaan Berdasarkan Penciptaan <i>Value Added</i>	Mandiri	± 5.000.000
9	2009	Peranan Struktur Modal Terhadap Profitabilitas	Mandiri	± 7.500.000
10	2009	Pengembangan Model Penyusunan Strategi Untuk Meningkatkan Daya Saing Program Studi <i>International Business Management</i> di Surabaya	Mandiri	± 10.000.000
11	2009	Membandingkan Kinerja Perusahaan dalam Menciptakan Nilai Tambah Kekayaan (<i>wealth added</i>) di Asean	Mandiri	± 10.000.000
12	2009	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen untuk Menciptakan Perusahaan yang Bertumbuh Secara Berkelanjutan	Mandiri	± 5.000.000
13	2009	Perancangan pengukuran <i>performance of business process</i> industri minuman beralkohol untuk tumbuh secara berkelanjutan	Mandiri	± 10.000.000

14	2009	<i>Key Success Factors Which Influence Universities' Sustainable Growth In East Java Province</i>	Mandiri	± 10.000.000
15	2008	Analisa Harga Saham dengan Menggunakan <i>Dividend Constant Growth</i>	Mandiri	± 5.000.000
16	2008	Studi Kasus Dampak Perkembangan Sistem dan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan di Kota Surabaya	Mandiri	± 10.000.000
17	2008	Siklus Hidup Perusahaan Keluarga di Indonesia	Mandiri	± 7.500.000
18	2008	Strategi Mengkomunikasikan Kebijakan Moneter Bank Indonesia: Sebuah Pemikiran	Mandiri	± 10.000.000
19	2008	Studi Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> untuk Menciptakan <i>Sustainable Growth</i> di Indonesia	Mandiri	± 10.000.000
20	2008	Strategi <i>marketing</i> untuk industri minuman beralkohol di Indonesia (Studi pada Orang Tua group sebagai <i>market leader</i>).	Mandiri	± 10.000.000
21	2008	Variabel-Variabel Ekonomi Makro yang Mempengaruhi Kesenambungan Fiskal di Indonesia.	Mandiri	± 10.000.000
22	2008	<i>The Life Cycle of Indonesia Family Business</i>	Mandiri	± 7.000.000
23	2008	Pengetahuan Perilaku Konsumen untuk Merumuskan Strategi <i>marketing</i> yang Dinamis.	Mandiri	± 5.000.000
24	2008	<i>Business Strategy For Indonesian's Bottled Water Industry</i>	Mandiri	± 10.000.000
25	2008	Strategi Peningkatan Kinerja dengan Menggunakan <i>Business Process Map</i> .	Mandiri	± 5.000.000
26	2008	Penentuan <i>Key-Success Factors</i> Industri Air Minum Dalam Kemasan Untuk Menciptakan <i>Sustainability Growth</i> .	Mandiri	± 5.000.000
27	2008	Strategi Mitigasi dan Adaptasi untuk Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan di Era <i>Carbonomics</i> paradigma	Mandiri	± 5.000.000
28	2008	Merancang Pengukuran <i>Performance of Business Process</i> Industri Air Minum Dalam Kemasan Untuk Menciptakan <i>Sustainability Growth</i> .	Mandiri	± 7.000.000
29	2008	Integrasi iman dan ilmu dalam pendidikan kewirausahaan	Mandiri	± 10.000.000
30	2008	Strategi Ketahanan Pangan Menghadapi <i>Global Warming</i> dan Keterbatasan Energi di Era Globalisasi.	Mandiri	± 7.000.000

31	2007	Identifikasi <i>Key Success Factor</i> Industri Minuman Beralkohol Untuk Tumbuh secara Berkelanjutan	Mandiri	± 15.000.000
32	2007	Uji Konsistensi Penentuan Nilai Saham-Saham Industri Properti dan <i>Real estate</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta.	Mandiri	± 5.000.000
33	2007	Perancangan Strategi <i>marketing</i> industri minuman beralkohol untuk menciptakan <i>sustainable competitive advantage</i>	Mandiri	± 10.000.000
34	2007	Efisiensi Pasar Modal Pada Saat <i>Bullish</i> dan <i>Bearish</i> di Pasar Modal Indonesia.	Mandiri	± 7.000.000
35	2007	Relevansi dan Interpretasi Laporan Keuangan Berdasarkan <i>General Price Level Accounting</i>	Mandiri	± 5.000.000
36	2007	Analisis akumulasi modal manusia dengan tingkat partisipasi angkatan kerja dan tingkat partisipasi sekolah untuk peningkatan daya saing daerah (studi kasus di propinsi jawa timur)	Mandiri	± 10.000.000
37	2007	Strategi <i>Launching</i> Poduk Baru di Era Globalisasi dengan Konsep <i>Entre Marketship</i>	Mandiri	± 10.000.000
35	2007	Peranan Pelatihan dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan : Hasil Riset	Mandiri	± 10.000.000
36	2007	Dampak <i>Business Cycle</i> Pada Efisiensi Industri Properti Yang Go Publik di Pasar Modal Indonesia.	Mandiri	± 15.000.000

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Rp)
1	30 Januari 2010	Arah Pembelajaran Kewirausahaan di Perguruan Tinggi: Kurikulum dan Metode Pembelajaran, Lokakarya di Universitas Muhammadiyah Purwokerto	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	± 20.000.000
2	2009 - 2010	Penasehat, Pendamping (Panitia) Kepemimpinan Tingkat Dasar dan Lanjut Internal Kampus di Watukosek	Universitas Ciputra	-
3	2009 - 2010	Penasehat /(Panitia) Pelatihan Ekspor Impor (Internal Kampus)	Universitas Ciputra	-
4	24 Desember 2009	Seminar nasional dan workshop kurikulum berbasis entrepreneurship di Universitas Muhammadiyah Purwokerto	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	± 15.000.000
5	29 Desember	TOT Entrepreneurship dan Penyusunan Kurikulum Entrepreneurship di	Universitas Muhammadiyah	± 10.000.000

	2009	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	Purwokerto	
6	Oktober 2009	Pelatihan Selling Skill (Workshop setiap event) di Palimanan, Ciputra Golf Institusi	Ciputra Golf	-
7	3 Maret 2009	Narasumber dengan topik: “Peranan Perguruan Tinggi Ekonomi Untuk Menciptakan Entrepreneur yang Tangguh” Talkshow Interaktif di Radio Sonora	Radio Sonora	-
8	6 Juni 2008	Narasumber ” Forum Ekonomi dan Bisnis” di Radio Sonora	Radio Sonora	-
9	19-20 Desember 2009	Workshop bagi masyarakat desa Pandanlandung “Membuat Perencanaan yang Efektif”	Desa Pandanlandung	-
10	28-29 November 2009	Workshop bagi masyarakat desa Pandanlandung “Saluran Pemasaran yang Efektif”	Desa Pandanlandung	-
11	31 Oktober 2009	Workshop bagi masyarakat desa Pandanlandung “Teknik Bernegosiasi”	Desa Pandanlandung	-
12	27 September 2009	Workshop bagi masyarakat desa Pandanlandung “Mengidentifikasi Kebutuhan dan Keinginan Pasar”	Desa Pandanlandung	-
13	30 Agustus 2009	Workshop bagi masyarakat desa Pandanlandung “Penentuan Harga Jual yang Efektif”	Desa Pandanlandung	-
14	26 Juli 2009	Workshop bagi masyarakat desa Pandanlandung “Teknik Promosi Sederhana”	Desa Pandanlandung	-
15	27 Juni 2009	Workshop bagi masyarakat desa Pandanlandung “Mega Kreativitas”	Desa Pandanlandung	-
16	30-31 Mei 2009	Workshop bagi masyarakat desa Pandanlandung “Analisa Laporan Keuangan untuk UKM”	Desa Pandanlandung	-
17	25-26 April 2009	Workshop bagi masyarakat desa Pandanlandung “Manajemen Usaha Kecil”	Desa Pandanlandung	-
18	28 Maret 2009	Seminar bagi pengurus BPD desa Pandanlandung “Akuntansi Perusahaan Kecil”	Desa Pandanlandung	-

19	28 Februari 2009	Seminar bagi pengurus BPD desa Pandanlandung "Manajemen Struktur Modal"	Desa Pandanlandung	-
20	31 Januari 2009	Seminar bagi pengurus BPD desa Pandanlandung "Menyusun Anggaran Perusahaan"	Desa Pandanlandung	-
21	28-29 November 2008	Workshop bagi masyarakat desa Pandanlandung "Business Inspiring"	Desa Pandanlandung	-
22	31 Oktober 2008	Seminar bagi pengurus BPD desa Pandanlandung "Manajemen Likuiditas"	Desa Pandanlandung	-
23	28 September 2008	Seminar bagi pengurus BPD desa Pandanlandung "Manajemen Aktiva Tetap"	Desa Pandanlandung	-
24	30 Agustus 2008	Seminar bagi masyarakat desa Pandanlandung "Manajemen Modal Kerja"	Desa Pandanlandung	-
25	26 Juli 2008	Seminar bagi pengurus desa Pandanlandung "Rasio Keuangan untuk Mengukur Kinerja Keuangan"	Desa Pandanlandung	-
26	30-31 Mei 2008	Seminar bagi masyarakat desa Pandanlandung "Memenangkan Persaingan Melalui Saluran Distribusi"	Desa Pandanlandung	-
27	27-28 Juni 2008	Seminar bagi masyarakat desa Pandanlandung "Strategi Bersaing di Pasar Global"	Desa Pandanlandung	-
28	25-27 April 2008	Workshop bagi pengurus BPD desa Pandanlandung "Memahami Kebutuhan dan Keinginan Konsumen"	Desa Pandanlandung	-
26	28-30 Maret 2008	Workshop bagi pengurus BPD desa Pandanlandung "Merumuskan Strategi Bisnis"	Desa Pandanlandung	-
27	22-24 Februari 2008	Workshop bagi pemuda desa Pandanlandung "Meningkatkan Kemampuan Menjual"	Desa Pandanlandung	-
28	25-27 Januari 2008	Workshop bagi pemuda desa Pandanlandung "Membangun Perusahaan Keluarga"	Desa Pandanlandung	-
28	30 Januari	Arah Pembelajaran Kewirausahaan di	Desa	-

2010	Perguruan Tinggi: Kurikulum dan Metode Pembelajaran, Lokakarya di Universitas Muhammadiyah Purwokerto	Pandanlandung	
------	---	---------------	--

E. Pengalaman Penulisan Artikel Ilmiah Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Volume/ Nomor/Tahun	Nama Jurnal
1	The Process Of Entrepreneurship Learning on Innovative Venture Creation at Ciputra University, Surabaya	Vol 2 No.3 (2011)	ISSN 2222-1735 (Paper) ISSN 2222-288X (Online) Journal of Ecucation and Practice
2	Membangun Strategi "Low Budget High Impact" di <i>Era New Wave Marketing</i> (Kajian atas perusahaan Top Brand 2000 – 2007)	Vol. 2 No. 1 April – Juli 2009	Jurnal Terakreditasi No. 83/DIKTI/Kep/2009 Integritas, Jurnal Manajemen Bisnis Prasetiya Mulya
3	<i>Value Based Management</i> Sebagai Alat Ukur Kinerja Perusahaan Berdasarkan Penciptaan <i>Value Added</i>	No. 05/TH. XXXVIII/2009	ISSN: 0302-9859 PPG/STT/1990 SIC: Kep. 096/p.c/1971. Manajemen Usahawan Indonesia
4	Peranan Struktur Modal Terhadap Profitabilitas	Vol. 6 No. 1 Februari 2009	Jurnal Terakreditasi No. 48/Dikti/Kep/2006 Eksekutif, <i>Journal of Business And Management</i>
5	Analisa Harga Saham dengan Menggunakan <i>Dividend Constant Growth</i>	Vol.2, No. 2 Desember 2008	ISSN 1978-9998 Ekonomika, Jurnal Ekonomi
6	Studi Kasus Dampak Perkembangan Sistem dan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan di Kota Surabaya	Vol. 6 Edisi Khusus. Juli 2008	Jurnal terakreditasi No.: 55/Dikti/Kep/2005. Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika
7	Siklus Hidup Perusahaan Keluarga di Indonesia	No. 06/TH. XXXVII/2008	ISSN: 0302-9859 PPG/STT/1990 SIC: Kep. 096/p.c/1971. Manajemen Usahawan Indonesia

8	Strategi Mengkomunikasikan Kebijakan Moneter Bank Indonesia: Sebuah Pemikiran	Vol 20 (1). Maret 2008	ISSN 0852-1875 Modus, Jurnal Ekonomi dan Bisnis
9	Uji Konsistensi Penentuan Nilai Saham-Saham Industri Properti dan <i>Real estate</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta.	Vol. 11 No. 1, Maret 2007.	Jurnal Terakreditasi: No. 55a/DIKTI/Kep/2006. Ekuitas, Jurnal Ekonomi dan Keuangan
10	Perancangan Strategi <i>marketing</i> industri minuman beralkohol untuk menciptakan <i>sustainable competitive advantage</i>	Vol. 12 No.1, Mei 2007.	ISSN: 0854 – 1752. STT Nomor:2101/SK/DITJEN/STT/1995. Jurnal Manajemen Prasetiya Mulya
11	Efisiensi Pasar Modal Pada Saat <i>Bullish</i> dan <i>Bearish</i> di Pasar Modal Indonesia.	Vol 2 No. 2 Mei 2007	ISSN 1907-0853 DeReMa, Jurnal Manajemen
12	Relevansi dan Interpretasi Laporan Keuangan Berdasarkan <i>General Price Level Accounting</i>	Vol. 8 No. 2 Juli 2007	Jurnal Terakreditasi No. 34/DIKTI/Kep/2003 Jurnal Akuntansi dan Investasi
13	Analisis akumulasi modal manusia dengan tingkat partisipasi angkatan kerja dan tingkat partisipasi sekolah untuk peningkatan daya saing daerah (studi kasus di propinsi jawa timur)	Vol. 11 No.3, September 2007.	Jurnal Terakreditasi No: 55a/DIKTI/Kep/2006. Ekuitas, Jurnal Ekonomi dan Keuangan
14	Strategi <i>Launching</i> Poduk Baru di Era Globalisasi dengan Konsep <i>Entre Marketship</i>	Vol. 12 No. 2, November 2007	Jurnal ISSN 0854-1752 STT No. 2101/SK/DITJEN PPG/STT/1995 Jurnal Manajemen Prasetiya Mulya
15	Peranan Pelatihan dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan : Hasil Riset	No.11/TH.XXXVI November 2007.	Jurnal Terakreditasi No: 23a/DIKTI/Kep/2004. Manajemen Usahawan Indonesia

16	Dampak <i>Business Cycle</i> Pada Efisiensi Industri Properti Yang Go Publik di Pasar Modal Indonesia.	Volume 9, Nomor 2, Desember 2007.	Jurnal Terakreditasi No: 55/DIKTI/Kep/2005. Jurnal Keuangan dan Perbankan.
17	Pengaruh Indikator Rasio Keuangan dan Respons Pasar Terhadap Harga Saham di Pasar Modal Indonesia pada Kondisi <i>Up Stream</i> dan <i>Down Stream</i> .	Volume: XI/02/2006.	Jurnal Terakreditasi: No. 55/DIKTI/Kep/2005. Jurnal Ekonomi
18	Pola Rasio Keuangan pada saat <i>Up Stream</i> dan <i>Down Stream</i> di Industri Real Estate.	Vol. 8, No. 1, Maret 2006.	Jurnal Terakreditasi: No. 55/DIKTI/Kep/2005. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan
19	Strategi Mendominasi Benak Konsumen dan Pasar melalui STV (Strategi-Taktik- <i>Value Triangle</i>).	Vol. 5 No. 2, September 2006.	Jurnal Terakreditasi No: No. 55/DIKTI/Kep/2005. Jurnal Manajemen dan Bisnis
20	Studi Banding Penyusunan Laporan Keuangan dengan Metode <i>Historical Cost Accounting</i> dan <i>General Price Level Accounting</i> pada Masa Inflasi.	Vol. 8 No. 2, November 2006.	Jurnal Terakreditasi: No. 56/DIKTI/Kep/2005. Jurnal Akuntansi dan Keuangan.
21	Indikator Rasio Keuangan sebagai Sistem Peringatan Dini dalam Industri Real Estate.	Vol. 9 No. 1, Desember 2006	Jurnal Terakreditasi No: 26/DIKTI/Kep/2005. Jurnal Ekonomi dan Bisnis

F. Pengalaman Penyampaian Makalah Secara Oral Pada Pertemuan / Seminar Ilmiah dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Pertemuan Ilmiah / Seminar	Waktu dan Tempat
1	Sektor-sektor Pembeda Antar Daya Saing Propinsi Yang Tinggi dengan Daya Saing Propinsi yang Rendah	Proceeding ISSN 2086-0390 Konferensi Nasional Riset Manajemen V	24 November 2011

2	Strategi Menambah Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) melalui pendidikan <i>entrepreneurship</i> untuk Menyongsong Tahun 2020.	Proceeding ISSN XXX Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis I	15 September 2011
3	Uji Interpretatif, Relevansi, dan Komparatif Laporan Keuangan	Proceeding ISSN XXXX Seminar Nasional	Mei 2011
4	Pengembangan Model Penyusunan Strategi Untuk Meningkatkan Daya Saing Program Studi <i>International Business Management</i> di Surabaya	Proceedings ISSN 1412-3525 5 th National Industrial Engineering Conference 2009 “Innovation and Technopreneurship for Improving National Economy”	2 Desember 2009
5	Membandingkan Kinerja Perusahaan dalam Menciptakan Nilai Tambah Kekayaan (<i>wealth added</i>) di Asean	Proceedings ISSN 2086-0390 The National Conference on Management Research	5 November 2009
6	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen untuk Menciptakan Perusahaan yang Bertumbuh Secara Berkelanjutan	Proceedings ISBN 978-979-99735-8-0 Seminar Nasional Manajemen Teknologi X – <i>Linking Technology Resources to Business Objectives</i>	1 Agustus 2009
7	Perancangan pengukuran <i>performance of business process</i> industri minuman beralkohol untuk tumbuh secara berkelanjutan	Jurnal ISSN 1412-1824 Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen	Vol 9 No. 1, Januari 2009
8	<i>Key Success Factors Which Influence Universities' Sustainable Growth In East Java Province</i>	CESHK Annual Conference 2009 “Post Colonial Education Development”	Macao, 17 January 2009
9	Studi Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> untuk Menciptakan <i>Sustainable Growth</i> di Indonesia	Proceedings ISSN 1978-6522 The 2 nd National Conference Faculty of Economics Widya Mandala Catholic University “Towards a New Indonesia Business Architecture Good Business & Good Ethics for Better Future”	September 6 th , 2008
10	Strategi <i>marketing</i> untuk industri minuman beralkohol di Indonesia (Studi pada Orang Tua group	<i>Proceeding</i> ISSN 1978-6522 The 1 st National Conference Faculty of Economics Widya	4 September 2008

	sebagai <i>market leader</i>).	Mandala Catholic University Surabaya	
11	Strategi <i>marketing</i> untuk industri minuman beralkohol di Indonesia (Studi pada Orang Tua group sebagai <i>market leader</i>).	<i>Proceeding</i> ISSN 1978-6522 The 1 st National Conference Faculty of Economics Widya Mandala Catholic University Surabaya	4 September 2008
12	Variabel-Variabel Ekonomi Makro yang Mempengaruhi Kesenambungan Fiskal di Indonesia.	Proceeding Simposium Nasional Riset dan Kebijakan Ekonomi Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga “Dampak Bencana Alam dan Lingkungan Terhadap Pengelolaan Ekonomi Indonesia”	20 - 21 Agustus 2008
13	<i>The Life Cycle of Indonesia Family Business</i>	Proceeding Seminar International “The First Asian Invitational Conference On Family Business” Indian School Of Business.	1 -3 Februari 2008
14	Pengetahuan Perilaku Konsumen untuk Merumuskan Strategi <i>marketing</i> yang Dinamis.	Proceeding Seminar Nasional manajemen Teknologi VII Institut Tehnologi Sepuluh November Surabaya ISBN 978-979-99735-4-2	2 Februari 2008
15	<i>Business Strategy For Indonesian's Bottled Water Industry</i>	Proceeding 1 st Parahyangan International Accounting and Business Conference 2008	February, 13 th - 15 th 2008
16	Strategi Peningkatan Kinerja dengan Menggunakan <i>Business Process Map</i> .	Proceeding ISBN: 978-979- 1334-20-4 Seminar Nasional Teknologi IV “Penerapan Teknologi untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat secara Berkelanjutan.	Buku 3 5 April 2008
17	Penentuan <i>Key-Success Factors</i> Industri Air Minum Dalam Kemasan Untuk Menciptakan <i>Sustainability Growth</i> .	Proceedings Seminar Nasional Manajemen Bisnis Indonesia ke 2 “Pembaharuan Manajemen Bisnis Indonesia” STIM Prasetiya Mulya Jakarta	7 – 8 Mei 2008
19	Strategi Mitigasi dan Adaptasi	Prosiding ISBN 978-979-	24 Mei 2008

	untuk Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan di Era <i>Carbonomics</i> paradigma	18106-0-9 Seminar Nasional Lingkungan Hidup “Peran dan Kontribusi Masyarakat dalam Mitigasi Global Warming”	
20	Merancang Pengukuran <i>Performance of Business Process</i> Industri Air Minum Dalam Kemasan Untuk Menciptakan <i>Sustainability Growth</i> .	Prosiding ISBN 978-979-1317-99-3 Simposium Nasional Hasil Riset Ekonomi dan Bisnis Asosiasi Perguruan Tinggi Katalok (APTIK) 2008	Juni 2008
21	Integrasi iman dan ilmu dalam pendidikan kewirausahaan	Prosiding ISBN 978-979-18106-1-6 Konferensi Nasional Integrasi Iman – Ilmu	1 Juli 2008
22	Strategi Ketahanan Pangan Menghadapi <i>Global Warming</i> dan Keterbatasan Energi di Era Globalisasi.	Prosiding ISBN 978-979-8481-03-1 Sidang Pleno XIII dan Seminar Nasional Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia “Memperkuat Ketahanan Pangan dan Energi Nasional dalam Era Persaingan Global”	17 – 18 Juli 2008
23	Identifikasi <i>Key Success Factor</i> Industri Minuman Beralkohol Untuk Tumbuh secara Berkelanjutan	Proceeding ISBN: 978-979-16976-0-6. Seminar Nasional “SMART Membaca Jaman dalam Perspektif Manajemen” Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha.	3 November 2007

G. Pengalaman Penulisan Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1	Manajemen Distribusi : Old Distribution Channel and Postmo Ditribution Channel Approach (ISBN 978-979-756-512-1)	2011	248	Graha Ilmu
2	Manajemen Investasi (ISBN 978-979-756-609-8)	2010	298	Graha Ilmu
3	Manajemen Eksekusi Bisnis (ISBN 978-979-756-607-4)	2010	280	Graha Ilmu
4	Manajemen Keuangan: Based on Empirical Research (ISBN 978-979-756-533-6)	2009	276	Graha Ilmu
5	Manajemen Strategi: Meningkatkan keunggulan	2009	325	Graha Ilmu

	Bersaing Era Global di Indonesia berbasis Kewirausahaan (ISBN 978-979-756-468-1)			
--	--	--	--	--

H. Pengalaman Perolehan HKI dalam 5-10 Tahun Terakhir

No	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1	Manajemen Distribusi : Old Distribution Channel and Postmo Ditribution Channel Approach	2011	Hak Cipta	ISBN 978-979-756-512-1
2	Manajemen Investasi	2010	Hak Cipta	ISBN 978-979-756-609-8
3	Manajemen Eksekusi Bisnis	2010	Hak Cipta	ISBN 978-979-756-607-4
4	Manajemen Keuangan: Based on Empirical Research	2009	Hak Cipta	ISBN 978-979-756-533-6
5	Manajemen Strategi: Meningkatkan keunggulan Bersaing Era Global di Indonesia berbasis Kewirausahaan	2009	Hak Cipta	ISBN 978-979-756-468-1

I. Pengalaman merumuskan Kebijakan Publik/ Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul/ Tema/ Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respons Masyarakat
-	-	-	-	-

J. Penghargaan yang Pernah Diraih dalam 10 tahun terkahir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)

No	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1	Hibah Riset Andalan Perguruan Tinggi dan Industri	DIKTI - KOPERTIS VII	2012
2	Hibah Penelitian Unggulan Universitas Ciputra	DIKTI - KOPERTIS VII	2012
3	Hibah penulisan buku ajar yaitu Manajemen Keuangan dan Manajemen Strategi	DIKTI - Keputusan Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan No. 87/DIKTI/Kep/2011 tgl 6 Desember 2011	2011
4	Paper terbaik dalam <i>call for paper</i> pada dengan judul paper “Strategi	Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis I di Universitas	2011

	Menambah Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Pendidikan <i>Entrepreneurship</i> Untuk Menyongsong Tahun 2020”	Tarumanagara pada tanggal 15 September 2011.	
5	Juara I Dosen Berprestasi Peningkatan Pengabdian pada Masyarakat	Kopertis VII	2009
6	Juara harapan II di Bank Indonesia, menjadi salah satu dari 3 paper pilihan yang dipresentasikan dalam Sidang Pleno Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia di Mataram (NTB)	Bank Indonesia	
7	Menjadi paper pilihan yang dipresentasikan dalam sidang pleno di <i>Family Business Conference</i> di School of India Business.	School of India Business	

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyamanan, saya sanggup menerima resikonya.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Hibah Fundamental.

Surabaya, Desember 2013
Pengusul,

David Sukardi Kodrat

BIODATA KETUA TIM PENELITI

A. IDENTITAS DIRI

1	Nama Lengkap	Wina Christina, SE., MM., CEP.
2	Jabatan Fungsional	Tenaga Pengajar
3	Jabatan Struktural	Dosen Tetap
4	NIK	00009012
5	NIDN	718068402
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Kediri, 18 Juni 1984
7	Alamat Rumah	Central Park Gunung Anyar E-8, Surabaya
9	No. Tlp/Faks	031-8791051
10	Alamat Kantor	UC Town – Citraland
11	No. Tlp/ Faks	031-7451699 / 031-7451698
12	Alamat Email	Wchristina@ciputra.ac.id
13	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S-1 = orang; S2 = - orang; S-3 ; - orang
14	Mata Kuliah yang Diampu	1. Manajemen
		2. Matematika Bisnis
		3. Manajemen Pemasaran
		4. Manajemen Produk

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	Universitas Surabaya	-
Bidang Ilmu	Manajemen	Manajemen	
Tahun Masuk – Lulusan	2002 – 2006	2006 – 2008	
Judul	Roles of Customer	Kategori Pengambilan	

Skripsi/Thesis/Disertasi	Knowledge and Complaint Management in Achieving Customer Satisfaction	Keputusan Keluarga di Surabaya: Melalui Eksplorasi pengambilan Keputusan Keluarga berdasarkan Jenjang Kelas Sosial	
Nama Pembimbing/Promotor	Mahestu Noviandra, SE., M.Sc.IB	Indarini, SE., MM.	

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Juta Rp)
1	2011	Analisis Faktor yang mempengaruhi sikap kewirausahaan pada etnik cina di indonesia	DIKTI	48.000.000

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Juta Rp)
1	2009	Talkshow di Radio Sonora		

E. Pengalaman Penulisan Artikel Ilmiah Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Volume/ Nomor/Tahun	Nama Jurnal
1	Kategori pengambilan keputusan keluarga melalui ekplorasi pengambilan keputusan keluarga berdasarkan jejaring kelas sosial	Vol. 10 no.1	Jurnal terakreditasi Manajemen dan Bisnis

F. Pengalaman Penyampaian Makalah Secara Oral Pada Pertemuan / Seminar Ilmiah dalam 5 Tahun Terakhir

No	Nama Pertemuan Ilmiah / Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1	Global Management Conference	Influence of Dynamic Environmental Changes in Global Oil Industry	27 april -1 may 2010
2	IICIES 2009	Mempreneur's Behavior in Surabaya	Bandung, 20-23 Jul 2009

3	International seminar on industrial engineering and management (ISIEM)	Customer Relationship management (CRM): roles of customer Knowledge and Complaint Management in Achieving Customer satisfaction	1-4 des 2010

G. Pengalaman Penulisan Buku dalam 5 Tahun Terakhir

-

H. Pengalaman Perolehan HKI dalam 5-10 Tahun Terakhir

-

I. Pengalaman merumuskan Kebijakan Publik/ Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir

-

J. Penghargaan yang Pernah Diraih dalam 10 tahun terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)

-

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyamanan, saya sanggup menerima resikonya.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Hibah Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi

Surabaya, 28 November 2012
Pengusul,

Wina Christina

PENGEMBANGAN MODEL PENDIDIKAN ENTREPRENEURSHIP BERBASIS PROJECT

BAB 1. DASAR FILOSOFIS PENDIDIKAN ENTREPRENEURSHIP BERBASIS PROJECT

Dasar pengembangan model pendidikan *entrepreneurship* akan mencakup: filosofi ilmu *entrepreneurship*, perbedaan mengajarkan manajemen dan *entrepreneurship*, cara mengajarkan *entrepreneurial intensity* (inovasi, mengambil resiko, & melihat peluang), waktu yang dibutuhkan untuk mengajar, perbedaan mengajarkan entrepreneurship di beberapa Negara, *entrepreneurial process vs entrepreneurial intensity*, serta pendekatan sosiologis dan psikologis dalam mengajarkan entrepreneurship.

Untuk mengetahui setiap unsur, maka dilakukan wawancara dengan beberapa narasumber sebagaimana terdapat pada tabel berikut.

1.1. Filosofi Ilmu Entrepreneurship

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan dari masing-masing narasumber. Menurut John Norton, epistemologi dari *Entrepreneur* atau permulaan dari *entrepreneur* adalah orang yang mencapai tujuannya, tidak peduli sumber daya apapun yang dimiliki. Belum ada metode atau form pasti dalam hal ini. Secara ontologi atau cara kita melihat suatu masalah, *entrepreneurship* cukup sulit diukur, semua orang dapat menjadi *entrepreneur* walaupun tidak jenius. Secara aksiologi atau prosesnya, *entrepreneur* adalah seseorang yang memulai sesuatu.

Larasati menyatakan bahwa ilmu *entrepreneurship* adalah ilmu yang relative masih baru dan dapat dilihat dari dua pendekatan, kausal dan efektif. Kausal adalah menentukan tujuan terlebih dahulu, baru mencari caranya, sedangkan efektif adalah mencari cara dahulu baru menentukan tujuan.

Dennis Cheek menyatakan bahwa ada banyak pendekatan yang berbeda untuk pembangunan ekonomi, ekonomi politik, pemerintah, kebijakan moneter dan peraturan, dll - yang semuanya mencerminkan filosofi yang mendasari yang baik eksplisit atau lebih sering daripada tidak, implisit. Filsafat ini sering bertentangan dengan satu sama lain. Tidak ada negara di mana kewirausahaan terjadi tanpa filosofi dasar yang konsisten untuk memandu semua keputusan dan tindakan yang berkaitan dengan usaha kewirausahaan, pengembangan dan dukungan, atau operasi sehari-hari mereka. Banyak faktor yang mempengaruhi bagaimana pengusaha mengembangkan usaha mereka dan ada rasa di mana pengusaha sendiri acuh tak acuh terhadap filosofi yang mendasari berbagai sistem bahwa mereka harus mengakses, navigasi, dan mengeksploitasi untuk melatih keterampilan.

1.2. Perbedaan Mengajarkan Management & Entrepreneurship

Mengajarkan manajemen menurut Larasati lebih kepada operasional seperti membuat *cash flow*, pencatatan keuangan, dan sebagainya. John Norton menyatakan hal yang serupa bahwa konsep manajemen adalah mengajarkan efisiensi, mendapatkan hasil sebanyak-banyaknya dari

sumber daya se-minim mungkin. Hal tersebut serupa dengan teori Sarasvaty mengenai *bird-in-hand principle*, yaitu mengembangkan apa yang kita miliki.

Selaras dengan yang dinyatakan oleh Dennis Cheek bahwa *entrepreneurship* adalah mengenai penciptaan nilai dan inovasi. Pengusaha lebih fokus pada penciptaan ide, pencarian peluang, dan menciptakan cara-cara baru untuk menambah nilai substansial suatu perusahaan melalui inovasi. Sebaliknya, ada banyak manajer yang sama sekali tidak memiliki kewirausahaan dalam orientasi mereka tetapi cukup baik membuat operasi berjalan lebih efisien, efektif, dan berkelanjutan.

John, Dennis, dan Larasati sepakat bahwa mengajarkan *entrepreneurship* adalah mengajarkan proses menciptakan nilai dan melihat peluang. Mengetahui masalah dan mencari solusinya. Misalnya penciptaan pensil berbentuk bola karena lebih ergonomis di tangan manusia. Sedangkan mengajarkan manajemen lebih ke arah operasional dan efisiensi organisasi.

Terdapat perbedaan pendapat yang hanya diungkap oleh Dennis bahwa *entrepreneurship* juga mencakup pencarian ide, kreativitas, & inovatif.

1.3. Cara Mengajarkan Inovasi, Mengambil Resiko, & Melihat Peluang

John mengajarkan cara yang mudah dan menyenangkan yaitu dengan permainan yang interaktif. Begitu menyelesaikan tahapan tertentu, maka dapat melanjutkan tahapan berikutnya. Larasati memiliki cara yang lebih beragam, yaitu *experiential learning* (misal pergi ke Bandung sebagai kota kreatif, melihat industri di sana), variasi kelas, mengajarkan kalkulasi resiko dan *decision maker*.

Sarasvaty memiliki pendekatan yang menarik, yaitu *affordable loss principle* dan *lemonade principle*. Dalam *affordable loss*, kita harus mampu menghitung resiko sehingga siap dengan segala kerugian, dan mengusahakan kerugian seminim mungkin. Sedangkan penggunaan *lemonade principle* dalam mengambil peluang bisnis adalah sebagai berikut: misal kita hanya memiliki sebuah lemon, kita tidak hanya bisa menjual buahnya, tapi dapat kita olah menjadi kue, sirup, dan lain lain.

Di sisi lain, Dennis menyarankan untuk mengadaptasi pembelajaran *entrepreneurship* sesuai dengan konsentrasi studi mahasiswa. Bahkan pembelajaran antara pria dan wanita dapat berbeda. Namun penemuan ini masih membutuhkan pengujian. Selain itu juga diperlukan penyesuaian dengan budaya anak muda, sesuai dengan target pembelajar yaitu mahasiswa.

Persamaan temuan antar narasumber adalah bahwa proses pembelajaran harus menyenangkan, santai, interaktif, dan *experiential*.

1.4. Waktu yang dibutuhkan untuk mengajarkan Inovasi, Mengambil Resiko, & Melihat Peluang

Menurut John dan Larasati, tidak ada standart pasti berapa lama waktu yang dibutuhkan. John menyatakan bahwa hal tersebut bergantung pada *milestone* yang ingin dicapai, seberapa jauh orang tersebut ingin maju dan seberapa keras ia bersedia bekerja. Larasati memiliki cara yang menurutnya dapat digunakan untuk mengukur waktu yang tepat. Yaitu dengan mengumpulkan orang dengan motivasi, usia, latar belakang yang homogen, maka akan diketahui kapasitas standarnya.

Pendapat Dennis yaitu dibutuhkan waktu yang berbeda untuk berbagai kelompok siswa untuk memperoleh keterampilan ini pada tingkat dasar, mahir, dan maju. Salah satu hal yang paling penting adalah bahwa hal itu sangat bervariasi dan tergantung pada banyak faktor. Setiap siswa memiliki "hak" untuk tahu di mana mereka sekarang pada set kompetensi pribadi mereka dan bagaimana untuk bergerak sepanjang kontinum menuju kemahiran yang semakin tinggi. Ini adalah *outcome based approach*.

Kesimpulan yang dapat ditarik pada tahap ini adalah untuk mengukur waktu yang dibutuhkan dalam mengajar *entrepreneurship* diperlukan pendekatan *outcome based approach* dengan menggunakan kelompok mahasiswa yang homogen.

1.5. Perbedaan Mengajarkan *Entrepreneurship* pada Beberapa Negara

Seperti dinyatakan oleh John Norton, terdapat perbedaan yang signifikan antar negara, terutama dalam hal mengambil resiko, membuat kesalahan dan berusaha bangkit, situasi

sekitar, dan perbedaan budaya. Contohnya: negara Brazil tidak meminjamkan uang bagi pelaku bisnis yang pernah gagal. Jepang juga tidak menjadi lingkungan yang baik bagi wirausahawan karena pengambilan keputusan selalu dibuat bersama-sama, sehingga tidak mempertajam *sense of decision making*. Di Mexico, semua orang membuat bisnis.

Hal yang sama diungkapkan oleh Dennis Cheek, bahwa terdapat perbedaan absolut dalam mengajarkan entrepreneurship di berbagai negara. Bahkan terjadi perbedaan di negara yang sama namun berbeda latar belakang sosio ekonomis dan tingkat pendidikan.

1.6. Mana yang Lebih Penting: Entrepreneurial Process atau Entrepreneurial Intensity

Larasati mengatakan bahwa baik proses maupun intensitas sangatlah penting, namun yang terpenting adalah proses penciptaan nilai. John berpendapat bahwa bila proses tidak tepat, maka intensitas tidak akan membantu. Intensitas juga membutuhkan proses yang baik.

Menurut Dennis Cheek, proses maupun intensitas sama-sama penting dalam penciptaan usaha yang sukses. Tergantung dari jenis usaha yang diciptakan, kejenuhan pasar, tingkat persaingan, dan ketersediaan pembiayaan. Targetnya adalah mahasiswa dapat: 1) memahami keterkaitan antara banyak konsep yang berbeda, 2) tahu cara tepat menggunakan berbagai alat dan teknik untuk menciptakan dan memajukan ide-ide bisnis mereka, dan 3) memiliki beberapa fasilitas dalam keterampilan manajemen dasar dan keterampilan hubungan manusia untuk membuat jalan mereka ke depan berhasil. Kita tidak dapat mengajarkan orang segala sesuatu yang mereka perlu tahu, tetapi dapat memberi dasar yang kuat dan pengalaman jejak yang cukup bahwa mereka tidak dibentuk untuk gagal dan memiliki kesempatan yang baik untuk berhasil jika mereka bertahan - bahkan jika usaha pertama mereka tidak berhasil.

Persamaan dari temuan adalah bahwa *Entrepreneurial Process* harus diikuti oleh *Entrepreneurial Intensity*.

1.7. Penggunaan Pendekatan Sosiologis dan Psikologis dalam Mengajarkan Entrepreneurship

Menurut John Norton, diperlukan jaringan atau komunitas mentor berkualitas yang sukses, yang ingin berkontribusi, dan tidak membutuhkan kompensasi. Hal tersebut serupa dengan yang dikatakan oleh (*crazy quilt principle*) yaitu membangun network yang kita pilih. Dari sisi psikologis, menurut John, kita perlu membangun atau mengajarkan rasa percaya diri. Mendukung mereka untuk memulai, belajar, gagal, dan memulai kembali. Sama dengan konsep yang dikatakan Sarasvaty mengenai *pilot-in the plane principle*, di mana masa depan ditentukan oleh diri sendiri. Larasati pun menyetujui bahwa diperlukan teori *self efficacy* (di mana kita percaya pada kemampuan diri) dalam mengajarkan *entrepreneurship*.

Hal serupa dinyatakan oleh Dennis, bahwa pengusaha sukses lebih mengambil risiko dan bertekun dengan ide-ide mereka bahkan ketika orang lain sangat penting dari mereka. Tentu saja setiap calon pengusaha perlu tahu beberapa dasar sosiologi dan psikologi dan memahami bagaimana untuk bekerja secara efektif dengan orang-orang serta memiliki wawasan yang baik ke dalam kekuatan dan kelemahan mereka sendiri.

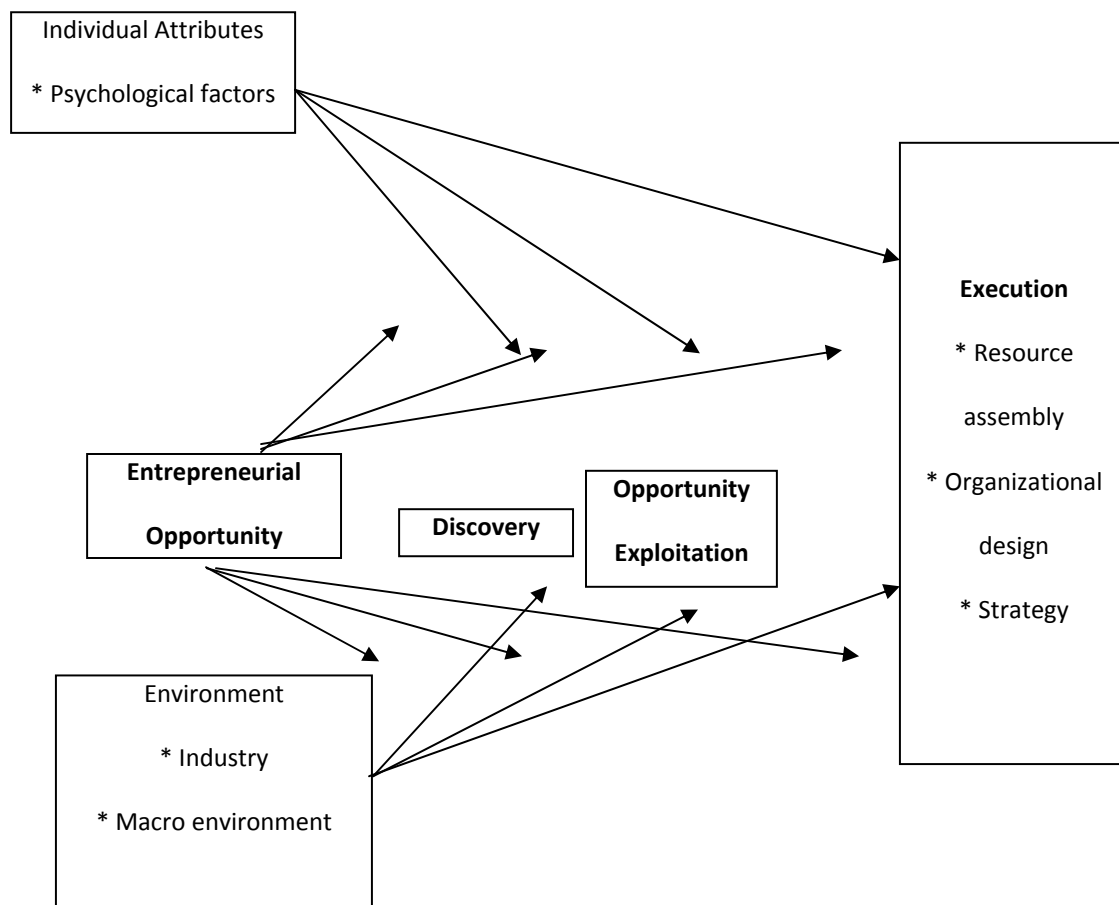
Persamaan temuan yang dapat ditarik adalah menciptakan *network of entrepreneurs* sebagai pendekatan sosiologis dalam mengajarkan entrepreneur. Sedangkan pendekatan psikologis adalah mengajarkan kepercayaan diri (keberanian mengambil resiko & bangkit kembali setelah gagal).

BAB 2. PENDIDIKAN *ENTREPRENEURSHIP*

Pendidikan *entrepreneurship* yang terintegrasi dapat dipelajari melalui dua pendekatan (Morris, 1998). Pendekatan pertama adalah *entrepreneurial process*, pendekatan kedua adalah *entrepreneurial intensity*.

2.1. Entrepreneurial Process

Model *entrepreneurial process* dikembangkan oleh Shane (2003) dirancang dengan menitikberatkan pada perilaku *entrepreneurial*.



Sumber: Shane, 2003.

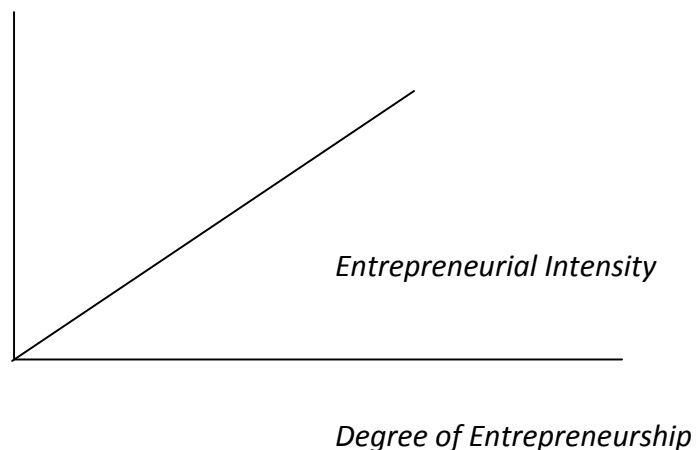
Gambar 2.1: Model Proses *Entrepreneurial* dari Shane

Model ini mengkondisikan mahasiswa bekerja sebagai seorang *entrepreneur*. Ada empat tahap yang dilakukan seorang *entrepreneur* hingga eksekusi yang dikenal sebagai *entrepreneurial process*. Keempat tahapan ini adalah peluang usaha, menemukan peluang usaha, mengeksploitasi peluang usaha dan mengeksekusinya. Peluang usaha bersama-sama dengan atribut individual dan lingkungan usaha merupakan sumber-sumber yang digunakan untuk menemukan peluang usaha, eksploitasi peluang usaha dan eksekusi. Eksekusi tahap pertama ini dilakukan dengan cara mempertemukan berbagai sumber daya, mendisain organisasi dan merumuskan strategi perusahaan.

2.2. *Entrepreneurial Intensity*

Model pendidikan *entrepreneurship* kedua adalah *entrepreneurial intensity* (EI). Model ini mendasarkan perilaku dan sikap *entrepreneur* ini pada tiga dimensi kunci yaitu: inovatif, *risk taking* dan proaktif (Covin dan Slevin, 1989; Miller, 1983; dan Morris dan Sexton, 1996). Pertanyaan utama dari model ini adalah seberapa sering (*how often*) dan seberapa banyak (*how much*) intensitas *entrepreneurial* ini digunakan sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.2.

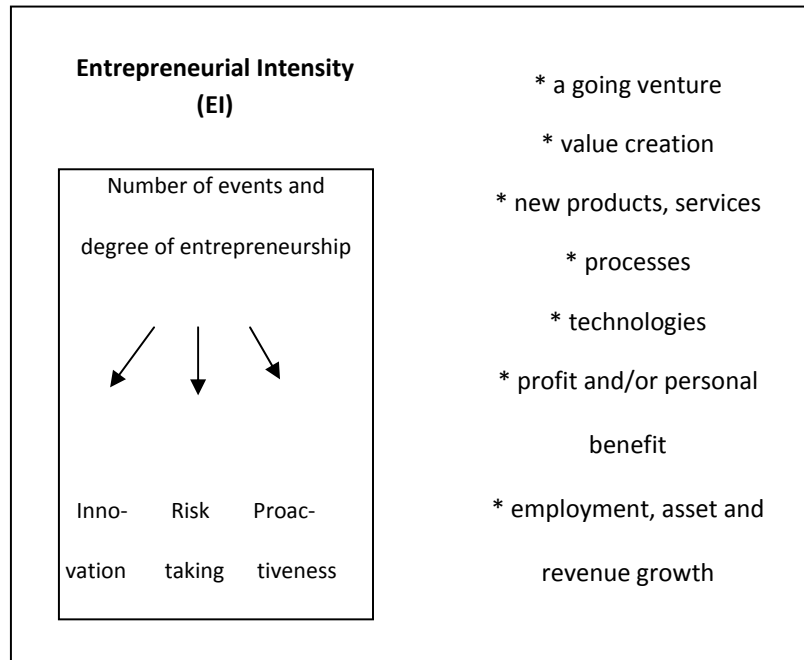
Frequency of Entrepreneurship



Sumber: Morris, 1998.

Gambar 2.2: *Entrepreneurial Intensity*

Degree of entrepreneurship menunjukkan seberapa sering dan *frequency of entrepreneurship* (jumlah *event entrepreneurial*) menunjukkan “seberapa banyak” kejadian inovasi, risiko dan proaktif. *Entrepreneurial Intensity* merupakan kombinasi antara *frequency* dan *degree of entrepreneurial behavior* sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.2



Sumber: Morris, 1998.

Gambar 2.3: Model *Entrepreneurial Intensity*

Entrepreneurial intensity akan menghasilkan *outcomes*: bisnis yang bertumbuh secara berkelanjutan, penciptaan nilai, produk atau jasa baru, proses, teknologi, profit dan penyerapan tenaga kerja.

THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP STUDY AND ENTREPRENEURSHIP EDUCATION

Wina Christina¹⁾, David Sukardi²⁾, Yusak Anshori³⁾

¹⁾Universitas Ciputra, UC Town Citraland, Surabaya, 60219, Indonesia

²⁾Universitas Ciputra, UC Town Citraland, Surabaya, 60219, Indonesia

³⁾Universitas Ciputra, UC Town Citraland, Surabaya, 60219, Indonesia

Email : wchristina@ciputra.ac.id¹

Abstract

The aims of this research are: (1) find the philosophical basis of science entrepreneurship, since entrepreneurship education has a strong scientific foundation in order to reduce poverty, (2) find areas of study in entrepreneurship right so it does not overlap with the science of management, (3) find the right method or model to teach entrepreneurship because entrepreneurship is not sufficiently studied with traditional methods but should be studied based entrepreneurship project. To obtain these exploratory research data, Key Informant, technical / depth Interview and Focus Group Discussion will be needed.

Keywords: Entrepreneurship study, entrepreneurship education

Introduction

The fundamental question that we often hear is why a country may be a rich country, while other countries remain in poverty. Or why the differences in economic growth between countries are considerable. Rich country income of U.S. \$ 65,630 while the income of the poor state of U.S. \$ 100 or with a ratio of 656.3 to 1. The income gap distance increased sharply compared with 250 years ago among the richest countries in the poorest countries is only 5 to 1 (Baumol, Litan and Schramm, 2010).

While revenue showed inter-country differences in economic growth caused by cultural and geographical factors. The results showed that countries that have a culture of hard work and passion of high effort (the United States, most countries in Europe, Japan, and some Asian countries) is growing rapidly while other countries do not have this culture (Africa and Latin America) grew at much slower growth or even not at all (Landes, 1999).

But culture is not the only factor that can explain the economic success of a country. For example the Indians, Russians and people from other countries are very successful doing business outside their home country, most of them still live in their home countries struggled just to support themselves and their families. This happens not only because of self-selection in which they as foreign workers to work harder. But more due in the country has a government institution that actually become an obstacle to economic progress.

There are also other studies which show that geographical factors that cause differences in economic growth between countries. Equatorial countries have a hot air temperature, thus causing people not to work hard and make them susceptible to disease. Or is the country that does not have an ocean or a confined state by land area of other countries so that they have to bear the cost of transportation is very large and can not easily do foreign trade (Sachs, 2005). If the economy is on the equator in a prosperity that makes complacent society, then how to explain the spectacular economic success of Singapore or Thailand impressive performance. Similarly, if a landlocked country is a disaster, then how can we explain the notes outstanding Swiss economy, but is a country in such confined by mountains on all sides so that the uniqueness of the geography in the past was used as a symbol of the country's neutrality. This phenomenon proves that cultural factors and geografi not a major factor for the prosperity of a nation.

Drucker (2005) at a consideration explaining the reason how businesses are falling due to falling business theory and theories used this fall because of the assumptions used are not adequate anymore. "*Roomates The Assumptions on the organization has been built and is being run no longer fit reality*". Development theory can be compared perhaps can be compared with the business theory. Both relate to the welfare, progress, challenges and changing environment. David McClland The results show that a developed nation has no less than 2 percent

¹ Acknowledgment:

This research was funded by the Directorate of Research and Community Pengandian (Dit.Litabmas) Directorate General of Higher Education, Ministry of Education and Culture with Prime Research Grant Colleges in 2013

of *entrepreneurs*. Results of this study strongly support the cause of a nation's wealth factor which is significant growth in the number of entrepreneurs who promote the progress of a country.²

The results pose McClland depth review of whether *entrepreneurs* are born or created. Sulasmi study (1989) of the 22 families of entrepreneurs (parents, husbands, or brothers entrepreneur) showed that the Bakrie family, Kalla, and Aksa is a popular example of a strong³

family business culture will very likely be born a great *entrepreneur*. This study shows families will bear the *entrepreneur entrepreneur*.

Unfortunately the family company in Indonesia can not survive in a sustainable manner from generation to generation. Nature of research results (2008) show that family firms are still in existence today that was established in the year 1932 to 1943 is only 3%, which was founded in 1944 to 1955 only 2%, which was established from 1956 to 1967 is only 10%, which was established from 1968 to 1979 only 24%, which was founded only 24% from 1980 to 1991 and from 1992 to 2005 established just 37%. The above proves that education in Indonesia is not able to create *entrepreneurs*.

Mu'minah study (2001) on the eight most successful entrepreneurs in Pangandaran showed that all entrepreneurs start their business because fakfor compulsion. This study shows that being an *entrepreneur* is not just because it was born but rather caused by a condition or constraint kapahitan life. Muhandri research (2002) shows to be necessary *emotion entrepreneur r modalities* in which entrepreneurs have a high level of education. People who fall into this category are the direct pegusaha start a business (had enough with the basic knowledge possessed) da tones that work first to understand the real world in a new venture to be an *entrepreneur*.

Of previous research has been a lot of evidence that shows that the entrepreneur can be shaped by the environment, the conditions and the resulting school despite the efforts have not been able to grow in a sustainable manner. Therefore, further research is necessary to show how to form a person to become an *entrepreneur (entrepreneur by design)* so that businesses grow sustainably created

The Paper is intended to explained the development of Entrepreneurship study, and entrepreneurship education

Development of Entrepreneurship Study

Research in the 1990s - 2000s with the keyword *content analysis* of contemporary definitions of *entrepreneurship* in journals such as *Entrepreneurship: Theory and Practice*, *Journal of Business Venturing*, *Journal of Small Business Management*, and *the American Journal of Small Business* shown in Table 1.

Table 1: Keywords of Contemporary Definition of *Entrepreneurship*

No.	Keyword	The reference number
1	Starting / founding / creating	41
2	New business / new venture	40
3	Innovation / new product / new market	39
4	Pursuit of opportunity	31,
5	Risk taking / risk management / uncertainty	25
6	Profit seeking / personal benefit	25
7	New combination of resources, means of production	22
8	Management	22
9	Marshalling resources	18
10	Value creation	13
11	Pursuit of growth	12
12	A process activity	12
13	Existing enterprise	12
14	Initiative-taking / getting things done / proactiveness	12
15	Create change	9
16	Ownership	9
17	Responsibility / source of authority	8
18	Strategy formulation	6

Source: Morris (1998)

Table 1 shows that the eighteenth those keywords appear at least 6 times. The most popular term is starting or creating a new company (41 times); innovation or creating new combinations of various resources (39 times); seize opportunities (31 times); arrange the necessary resources (22 times); taking risks (25 times); looking for profit (25 times) and create value (13 times). This finding is consistent with the results of a delphi study by Gartner (1990).

Definition of *entrepreneurship* that made economists more emphasis on risk-taking, capital adequacy, decision making (*arbitrage*) and the administration of the factors of production (Morris, 1998). *Entrepreneur* seen as someone who is directly involved in opening a business that has the right to profit as the yield result of the uncertainty in the administration of resources.

In history, economics has failed to find a difference between management and *entrepreneurship* or the difference between a small business with big business. In the end, *the entrepreneur* is seen as someone who is socially, psychologically and finance are just starting a small business (*small business start-ups*) or together with management (Hisrich and Peters, 1992 in Morris, 1998).

All three disciplines are: psychology, economics, and sociology (Chell, 2008). There is also an emphasis on *entrepreneurship*, innovation, and management or business. Multiple streams of literature writing using specific disciplines by combining the term *entrepreneurship*, innovation, or combine the two.

Economics emphasizes the relevant decisions on the allocation of resources leads to economic outcomes such as performance of the company, industry and country. In general, economists are not interested in the *entrepreneur* are discussed on an individual basis, especially on the personal characteristics of a specific attribute (Schumpeter, 1934 and Casson, 1982). In principle, the economic study of humans in an effort to meet their needs through the exchange process.

Based on Schumpeter's concept of *entrepreneurship* has been the focus of discussion shifted to innovation or bring a unique combination of resources to create new products, new services, new processes, new organizational structures, new sources of supply and new markets. In other words, *entrepreneurial* activity "creative destruction" continuously so as to make the method and existing products become obsolete. By expanding the perspective of Schumpeterian *entrepreneurship* can be identified as an agent of change in society (Tropman and Morningstar, 1989).

Psychologists emphasize: individual differences are needed as the identity and quantify the properties of *entrepreneur* (such as achievement motivation, *internal locus of control*, the ability to calculate risks, have tolerance for uncertainty, and *persistence*). Therefore, psychology has a contribution as part of the individual psychological construct that causes them to behave in particular become *entrepreneurs*. The assumption psychologists possible to predict the behavior will occur.

In principle, psychology studying mental processes and human behavior. In the traditional approach, emphasizing research on individual differences are very prominent in the field of psychology. It is very challenging (Mischel, 1968) and its implications can be used to understand the specific behavior of an *entrepreneur* (Chell, 1985).

No single psychological model of *enterpreneur* supported by research (Timmons and Spinelli, 2004). However, the results of the study of human behavior from David C. McClelland (Harvard University) and Dr. John W. Atkinson (Unirsitey of Michigan) has been trying to understand the motivation behind the individual aspects. Psychological theory of motivation they regarded as the best reference for understanding the behavior of *entrepreneurs*. This theory states that people are motivated because of the three basic requirements: (1) the need for achievement, (2) the need for power, and (3) the need for affiliation.

Table 2 : Comparison of Interdisciplinary Approaches in *Entrepreneurship*

Economy	Sociology	Psychology
Equilibrium theory assumes that the economic model of behavior in making resource allocation decisions to ensure that supply equals demand product.	Structural theory assumes that behavior is influenced (or determined) by social rules, norms and responsibilities that give meaning, legitimacy and power. Although the behavior is limited by the level of socio-economic systems such as economic, political, legal and regulatory.	Psychology assumes that the nature of the internal structure of personality there. This structure can be divided into five main properties.
If we assume that there is perfect information then there is no function	<i>Entrepreneurs</i> have to work with this system, such as	Identification of special properties are used to measure

of the entrepreneur.	behavior comes from an "interplay of agentic" - structure interaction / interpretation	specific attributes. At this level, trying to make the identification of the properties of entrepreneur
Distribution of imperfect information makes "individual alert" (entrepreneur) using information to realize the opportunities that are not understood by others	Social construction assumes that every decision maker <i>agentic</i> is unique and has a holistic point of view that should be placed on the behavior and context. Experts criticized the social construction theory of the nature of the flow of positivism and "essentialist"	Trait psychology assumed to be relatively stable and will guarantee the characteristics that influence behavior.
Radical innovation theory assumes that the creation of new products or services made to create imbalances		

Sources: Chell (2008: 6)

From the results of a survey conducted in 75 universities around the world (with the composition Asia = 11 percent; Latin America = 17 percent; North America and Europe = 30 percent = 42 percent) can be inferred (REE Asia, 2007) that: (1) average The average length of study *entrepreneurship* program in USA, Europe, Latin America and Asia are 12, 10, 8 and 6 years old, (2) entrepreneurship programs tend to offer more levels of under graduate and graduate programs at the PhD level, and (3) the source- source of funding comes from: public funds, foundations, individuals, companies, universities and tuition. In Asia 60 percent of funding comes from the university (23%) and tuition (37%). In Europe, 61 percent of funding comes from foundations (39%) and tuition (22%). In Latin America 72 percent of funding comes from foundations (17%) and tuition (55%) and in North America 79 percent of funding comes from individuals (22%), companies (30%) and tuition (27%)., And (4) an average of more than 75 percent said there was no difference between disciplinary courses to teach *entrepreneurship*

Entrepreneurship Education

Entrepreneurship education is the key to success: (1) to improve student skills, (2) the university has a *competitive advantage*, (3) the ability to develop the region's economy, and (4) able to tackle the challenges of "global world" of the 21st century.

If the analogy with the anatomy of the human body, the brain is knowledge (*knowledge*), the liver is a great desire (*passion*) and the heart is the fire (*fire*). Unity between the brain, liver and heart would create human "form T" ("*T Shaped*" People). Horizontal lines depict extensive knowledge in terms of *entrepreneurship*, innovation and *leadership*. Vertical lines illustrate the depth of knowledge in engineering disciplines. "*T Shaped*" People can be shown as in Figure 2.

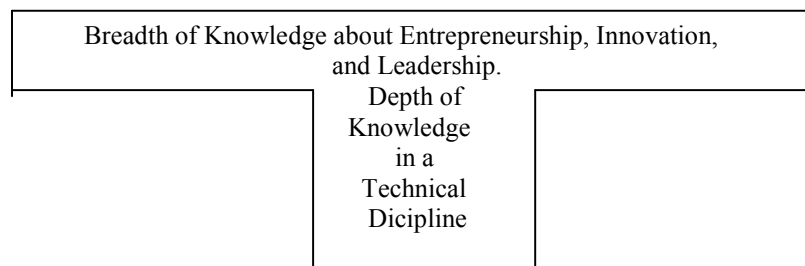


Figure 1 *Creating "T Shaped" People*

Material taught *leadership* associated with *entrepreneurship* is uncertainty and risk; social responsibility and ethics; cooperation and innovation culture, and communication and negotiation skills. While business materials relating to *entrepreneurship* is evaluating opportunities and strategies; *marketing* and sales; organizational behavior, and business and financial *plan*.

Recognizing the limitations of economics to understand the *entrepreneur* in depth discussion then developed using the approach multiparadigms *entrepreneur*, this research is necessary to show how to form a person to become an *entrepreneur* (*entrepreneur by design*) so that businesses grow sustainably created.

Research Method

Exploratory study was research that aims to develop knowledge or that are still new and to provide direction for future research (Kuncoro, 2009). This is for the purpose of exploring the philosophical basis of science identifies entrepreneurship and find entrepreneurship study areas. To obtain these data is done with Key Informant, technical / depth Interview and Focus Group Discussion

Discussion

According to John Norton, epistemology of entrepreneurs or the beginning of the entrepreneur is a person who reaches the goal no matter whatever resources they have. There is no definite method or form for this science. In ontology or the way we look at a problem, entrepreneurship is quite difficult to measure, everyone can be entrepreneurs without being genius.

Larasati states that science is a science that is still relatively new and can be seen from the two approaches, causal and effectual. Causal is setting goals first, and find a way, while effectual are looking for ways before determining the destination. Teaching management according to Larasati is more like making cash flow, financial records, and so on.

John Norton stated almost the same thing about teaching management. It is the concept of management efficiency, getting the most out of minimal resources as possible. This is similar to the theory Sarasvaty about bird -in-hand principle, namely to develop what resources we have in our hands.

John and Larasati agreed that teaching entrepreneurship are the process of creating value and see the opportunities, knowing the problem and finding a solution. For example, the creation of a pencil-shaped ball for more ergonomic in the hand of man.

John said that is should be in an easy, fun, and interactive way to teach entrepreneurship. Once completing certain stages, it can continue on to the next stage. Larasati has more diverse ways , namely experiential learning (e.g. go to London as a creative city, saw industry there), variations in class, teaching risk calculations and decision making.

Sarasvaty has an interesting approach, namely the affordable loss principle and the principle of lemonade. In affordable loss, we should be able to calculate risk so be ready with all the losses, and seek damages to a minimum. While the use of lemonade principle in taking business opportunities are as follows: for example, we only have a lemon, we should not only sell fruit, but we can bake cake, make syrup, and others.

According to John and Larasati, there is no standard for sure how long it will take to each entrepreneur. John stated that it depends on the milestones to be achieved, how far these people want to get ahead and how hard he is willing to work. Larasati has a way she thought could be used to measure the exact time. Namely by gathering people with the same motivation, ages, the homogeneous backgrounds, so we may create same standard capacity.

As stated by John Norton, there are significant differences between countries, especially in terms of taking risks, making mistakes and trying to get up, the situation around, and cultural differences. For example: Brazil's state does not lend money to businesses that never fails. Japan is also not a good environment for entrepreneurs because it always made decisions together, so it does not sharpen the sense of decision making. In Mexico, everyone making business

Larasati said that both the process and the intensity are very important, but the most important is the value creation process. John argues that if the process is not appropriate, then the intensity will not help. Intensity also needed for a good process.

According to John Norton, required network or qualified mentor a successful community, who want to contribute to, and does not require compensation. This is similar to what is said by the crazy quilt principle, which is to build a network that we choose. From the psychological side, according to John, we need to build or teach self-confidence. Support them to start, learn, fail, and start again. Said to be similar to the concept of the pilot -in Sarasvaty, where the future is determined by yourself. Larasati would also agree that it takes self-efficacy theory (believe in self-ability) in teaching entrepreneurship.

Conclusion & Suggestion

The conclusions that can be drawn at this stage are:

1. Entrepreneurship is the right field of study that does not overlap with management science
2. Entrepreneurial Process (including : finding opportunities , explore , and explore) as important as the Entrepreneurial Intensity (ability to innovate , take risks , and pro- active)
3. In teaching the ability to innovate , take risks , and the required pro-active and fun learning methods varied
4. There is no definite standard in determining how long it takes to teach entrepreneurship

5. Psychological approaches that can be used to teach entrepreneurship is to use the theory of effectuation and teaching self-efficacy or confidence
6. Sociological approach that can be used to teach entrepreneurship is to create a community with a large entrepreneur mentored by successful entrepreneurs

Suggestions for entrepreneurship learning strategy are as follows:

1. Adding a field study of value creation and find opportunities
2. Create an enjoyable learning methods (e.g. with the games, variations of class (outdoor classrooms, different setting, factory visits, etc)
3. Equally strengthen the process and intensity
4. Create a community of entrepreneurs who will be mentored by successful entrepreneurs

References

Journal Articles

- (1985). The Entrepreneurial personality: a few ghosts laid to rest?, *International Small Business Journal*, 3: 43 – 54.
- Covin, J.G dan Slevin, D.P. (1989). Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environments, *Strategic Management Journal*, 10 (January): 75 – 87.
- Gartner, W.B. (1990). What Are We Talking About When We Talk About Entrepreneurship? *Journal of Business Venturing* 5: 15 – 28.
- Miller, D. (1983). The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms, *Management Science*: 770 – 791.
- Morris, Michael, H. (1998). *Entrepreneurial Intensity: Sustainable Advantages for Individuals, Organizations, and Societies*. Londoh: Quorum Books
- Morris, M.H dan Sexton, D.L. (1996). The Concept of Entrepreneurial Intensity: Implications for Company Performance, *Journal of Business Research*, 36 (1): 5 – 14.

Proceeding

- Kodrat, David Sukardi. (2011). *Strategi Menambah Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Pendidikan Entrepreneurship untuk Menyongsong Tahun 2020* (Best Paper) Proceeding SNKIB I, Jakarta: Universitas Tarumanagara.

Books

- Baumol, William J., Robert E. Litan dan Carl J. Schramm. (2010). *Good Capitalism Bad Capitalism*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Birch, D.I. (1979). *The Job Generation Process*. Woshington, DC: U.S. Department of Commerce.
- Brandt, S.C. (1986). *Entrepreneur in Established Companies*. Homewood, H: Irwin.Carsrud, Alan L. dan Malin Brannback. 2009. *Understanding the Entrepreneurial Mind*. USA: Springer.
- Casson, M. (1982). *The Entrepreneur – An Economic Theory*. Oxford: Martin Robertson.
- Chell, Elizabeth. (2008). *The Entrepreneurial Personality: A Social Construction*, 2nd. New York: Routledge.
- Drucker, Peter E. (2005). *Managing for the Future*. New York: Harper and Row
- Friedman, Thomas. (2005). *The World Is Flat*. New York: Farrar, Strauss & Giroux
- Hornaday, J.A dan Aboud, J. (1971). Characteristics of Successful Entrepreneurs, *Personal Psychology*, 24: 141 – 153
- Jeffry A. dan Stephen Spinelli. (2004). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. 6th edition. New York: The McGraw Hill Companies, Inc.

- Kao, JJ. (1989). *Entrepreneurship, Creativity and Organization*. Englewood Cliffs, N.J: Prentice-Hall.
- Kirzner, I.M. 1982. Uncertainty, discovery and human action: a study of the entrepreneurial profile in the Misesian system in I.M. Kirzner (Ed) *Method, Process and Austrian Economics: Essays in Honour of Ludwig von Mises*, Lexington, MA: DC Heath.
- Kolb, DA. (1984). *Experiential Learning*. New York: Prentice Hall.
- Kuncoro, Mudrajad . (2009). *Metode Riset untuk Bisnis dan .* Jakarta : Penerbit Erlangga
- Landes, David (1999). *The Wealth and Poverty of Nations: Why Some Are So Rich And Some So Poor*. New York: W.W. Norton.
- Mischel, M. (1968). *Personality and Assessment*. New York: Wiley.
- Pinchot, G. (1985). *Intrapreneuring*. New York: Harper & Row.
- Sachs, Jeffrey D. (2005). *The End of Poverty: How We Can Make It Happen In Our Lifetime*. New York: Penguin Press
- Schumpeter, Joseph A. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper
- Shane, S. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship. The Individual opportunity nexus*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Slaughter, Michie P. (1996). *Entrepreneurship: Economic Impact and Public Policy Implication*, for the Library of Congress Congressional Research Service. Kansas City, MO: Kauffman Center for Entrepreneurship Leadership, Inc.
- Sucipto, Tri dan Tukiran, (1995). *Proyeksi Penduduk Indonesia Tahun 1990 – 2050*. Yogyakarta: Pusat Pendidikan Kependudukan Universitas Gadjah Mada.
- Tropman, J.E., dan Morningstar, G. (1989). *Entrepreneurship Systems for the 1990's*. New York: Quorum Books.

Authors' Bibliography

Wina Christina was born on Kediri, 18 June 1984. Got her bachelor degree from Universitas Atma Jaya Yogyakarta on 2006, and master degree from Universitas Surabaya on 2008. Both are in marketing management field. She currently teaches marketing, brand, and management on Universitas Ciputra (Surabaya) since 2009. Her major research of studies are marketing, entrepreneurship, and mompreneurship. Some of her researches were funded by DIKTI (Directorate of Higher Education).

David Sukardi Kodrat was born on Purwokerto, 4 December 1968. Got his bachelor degree from Universitas Atma Jaya Yogyakarta on 1992, master degree from Universitas Jember on 2000, and doctoral degree from Universitas Brawijaya, Malang on 2005. His field are finance and strategic management. He is now the dean of postgraduate department on Universitas Ciputra. His researches were on strategic, marketing, finance and investment, family business, and entrepreneurship. His researches were mostly funded by DIKTI, Kopertis, Bank of Indonesia, and School of India Business.

Yusak Anshori was born on Kediri, 13 Oktober 1967. Got his bachelor degree from Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta on 1992, master and doctoral degree from Universitas Airlangga, Surabaya. His field are strategic and marketing. He is currently the dean of faculty of entrepreneurial business Universitas Ciputra and General Manager of Surabaya Plaza Hotel. His field of research are on marketing, tourism, and entrepreneurship. He often got distinct rewards from Government of East Java.

	Philosophy of Entrepreneurship	Difference of Teaching Management & Entrepreneurship	How to teach Entrepreneurial Intensity (Innovation, Risk Taking, & Opportunity Finding)	Time needed to teach Entrepreneurial Intensity	Differences on Teaching Entrepreneurship on Several Countries	Entrepreneurial Process vs Entrepreneurial Intensity	How to use Sociological & Psychological Approach
John Norton, B.S., M.S., Ph. D. (University of Missouri)	<p><u>Epistemology</u>: Entrepreneurs are people who achieve goals regardless of the resources they have</p> <p><u>Ontology</u>: Everybody can be an entrepreneur</p> <p><u>Axiology</u>: Somebody who starts something</p> <p><u>Casual approach</u>: Setting goals first then find a way</p> <p><u>Effectual</u>: looking for ways before determining destination</p>	<p><u>Management</u>: Concept of doing more with less. Efficiency.</p> <p><u>Entrepreneurship</u>: Value creation & Opportunity findings</p>	<p>Need to make learning is FUN & interactive</p>	<p>Depends on the milestone process, how far you want to go, how hard you are willing to work</p>	<p>Significant differences on taking risk, making failures and rise up after that, environmental & cultural differences.</p>	<p>If the process is not correct, intensity will not help. Entrepreneurial intensity is prominent, which also needs a good process.</p>	<p><u>Sociological</u>: Create huge or qualified mentors as network / communities</p> <p><u>Psychological</u>: We can support them and teach confidence (to rise again after failures)</p>
Larasati, M.Psi, Psikolog (Universitas Ciputra)	<p><u>Casual approach</u>: Setting goals first then find a way</p> <p><u>Effectual</u>: looking for ways before determining destination</p>	<p><u>Management</u>: More operational</p> <p><u>Entrepreneurship</u>: Value creation</p>	<p>Experiential learning in a relaxing condition, Variations in class setting</p>	<p>We need experiment by collecting people under the same motivation, ages, and backgrounds</p>		<p>Both are important, the process of creating value has to be done intensively</p>	<p>Psychological: Self Efficacy (believe in ourselves)</p>
Assoc. Professor Sarasvathy (University of Virginia)		<p><u>Entrepreneurship</u>: Bird in hand principle (developing resources creatively)</p>	<p>Affordable loss (calculating risk) and lemonade principle (opportunity finding)</p>				<p><u>Sociological</u>: Crazy quit principle (creating our own network)</p> <p><u>Psychological</u>: Pilot in the plane (control our own future)</p>
Prof. Dennis Cheek, Ph. D (President of Kauffman Foundation)	<p>Many, many factors influence how entrepreneurs develop their business</p>	<p><u>Management</u>: day-to-day operations & supervision enterprise</p> <p><u>Entrepreneurship</u>: Idea generation, opportunity recognition, value creation & innovation</p>	<p>Adapting entrepreneurship education to different subject areas (courses have to be supplemented & enhanced by what happens within the disciplinary majors), Adapt the programs to youth culture</p>	<p>Different amounts of time for different groups (highly variable & depends on many factors). Outcome based approach.</p>	<p>Absolute differences, even on the same countries with different socioeconomic backgrounds & educational achievement levels.</p>	<p>All are important. We cannot teach people everything, but as long as they are persevere, they will nurture and create innovation</p>	<p>Confidence enough to take risks and persevere with their ideas even when others are critical to them.</p>

Bidang Unggulan PT :
Pengembangan Pendidikan Entrepreneurship

Kode>Nama Rumpun Ilmu: 579 (Bidang Manajemen yang belum tercantum; Entrepreneurship)

**LAPORAN TAHUNAN
PENELITIAN UNGGULAN PERGURUAN TINGGI**



**PENGEMBANGAN MODEL PENDIDIKAN
ENTREPRENEURSHIP BERBASIS PROJECT**

Tahun ke 2 dari Rencana 3

TIM PENGUSUL :

Dr. Yusak Anshori., M.M	NIDN : 0713106704
Dr. David Sukardi Kodrat, M.M. CPM	NIDN : 704726801
Wina Christina, S.E., M.M	NIDN : 718068402

UNIVERSITAS CIPUTRA

NOVEMBER 2014

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Kegiatan : Pengembangan Model Pendidikan Entrepreneurship Berbasis Project
Peneliti / Pelaksana
Nama Lengkap : Dr. MOHAMAD YUSAK ANSHORI MM
NIDN : 0713106704
Jabatan Fungsional :
Program Studi : Manajemen
Nomor HP : 0811337799
Surel (e-mail) : yusak.anshori@ciputra.ac.id
Anggota Peneliti (1)
Nama Lengkap : WINA CHRISTINA SE.,MM
NIDN : 0718068402
Perguruan Tinggi : Universitas Ciputra Surabaya
Anggota Peneliti (2)
Nama Lengkap : Dr. DAVID SUKARDI KODRAT M.M.
NIDN : 0704126801
Perguruan Tinggi : Universitas Ciputra Surabaya
Institusi Mitra (jika ada)
Nama Institusi Mitra :
Alamat :
Penanggung Jawab :
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 2 dari rencana 3 tahun
Biaya Tahun Berjalan : Rp. 69.021.000,00
Biaya Keseluruhan : Rp. 197.516.400,00

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. Yusak Anshori, M.M)
NIP/NIK 00010053

Surabaya, 31 - 10 - 2014,
Ketua Peneliti,



(Dr. MOHAMAD YUSAK ANSHORI MM)
NIP/NIK00010053

Menyetujui,
Ketua LPP/LPM



UNIVERSITAS CIPUTRA
LUSURAN PENELITIAN & PENGABDIAN

(Hendrasromo, MDM)
NIP/NIK 001106055

DAFTAR ISI

RINGKASAN	ii
PRAKATA	iii
HALAMAN PENGESAHAN	
BAB I PENDAHULUAN.	
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Tujuan Khusus	3
1.3 Urgensi Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6 - 9
BAB III TUJUAN DAN MANFAAT	10
BAB IV METODE PENELITIAN	11 - 15
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	16 - 18
BAB VI RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA	19
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN	20
DAFTAR PUSTAKA	21 - 22
LAMPIRAN:	
- INSTRUMEN PENELITIAN	
- CURICULUM VITAE KETUA DAN ANGGOTA	
- LUARAN / PUBLIKASI :	
A. PROCEEDING INTERNASIONAL	
B. JURNAL	
C. BUKU AJAR	

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan atas berkat dan kemurahannya sehingga kami dapat menyelesaikan penelitian ini yang merupakan Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi Universitas Ciputra Surabaya yang berjudul “**Pengembangan Model Pendidikan *Entrepreneurship* Berbasis Project** “ yang didanai oleh Kopertis Wilayah VII Jawa Timur berdasarkan Tahun Anggaran 2013.

Dengan dilakukannya penelitian ini besar harapan kami untuk dapat memberikan kontribusi bagi kasanah Pendidikan di Indonesia, sekaligus juga memberikan sebuah pemahaman baru bagi kita tentang arti pentingnya pendidikan *Entrepreneurship* untuk meningkatkan jumlah *Entrepreneur* di Indonesia, sekaligus juga dapat meningkatkan kesejahteraan perekonomian bangsa.

Penelitian ini merupakan kerjasama dari berbagai pihak, untuk itu kami dengan kerendahan hati mengucapkan terima kasih secara khusus kepada:

1. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Dit-Litabmas dan Kopertis Wilayah VII Jawa Timur yang telah memberikan kepercayaan atas terselenggaranya Penelitian ini.
2. Para Reviewer dalam perumusan Rencana Operasional Penelitian
3. Rektor, lembaga penelitian serta segenap civitas akademika Universitas Ciputra Surabaya yang telah memberikan bantuan dan fasilitas kepada peneliti untuk mengelaborasi penelitian yang berwawasan *Entrepreneurship*.

Surabaya, November 2014

Tim Peneliti

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menciptakan *Entrepreneur by Design* dengan: (1) menemukan model pendidikan *entrepreneurship* yang tepat untuk menciptakan *entrepreneur* karena selama *entrepreneurship* hanya dipelajari dengan metode tradisional, (2) mampu mengaplikasikan model tersebut untuk menciptakan *entrepreneur*, (3) menemukan dasar filosofis ilmu *entrepreneurship* sehingga pendidikan *entrepreneurship* memiliki fondasi keilmuan yang kuat, dan (4) menemukan bidang-bidang kajian dalam *entrepreneurship* yang tepat sehingga tidak tumpang tindih dengan ilmu manajemen.

Metode penelitian yang digunakan adalah: (1) penelitian eksploratif dengan menggunakan *Depth Interview* dan *Focus Group Discussion* untuk mendapatkan data, dan (2) penelitian tindakan kelas dengan disain penelitian model siklus untuk memperbaiki dan meningkatkan model pendidikan *entrepreneurship* berbasis *project*.

Adapun keluaran dari penelitian ini: (1) model pendidikan *entrepreneurship* berbasis *project* (2) makalah yang dipublikasikan dalam *journal of education and practice*, (3) buku ajar *entrepreneurship* yang menekankan pada kemampuan menemukan peluang usaha, kemampuan memperhitungkan risiko dan kemampuan inovatif, dan (4) dasar filosofis ilmu *entrepreneurship* dan bidang-bidang kajian dalam *entrepreneurship*.

Keyword : *Entrepreneurship by Design*, Model Pembelajaran, Ilmu *Entrepreneurship*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sosiolog pembangunan David McClelland menemukan bahwa suatu negara akan makmur apabila mempunyai entrepreneur sedikitnya 2% dari jumlah penduduk. Global Entrepreneurship Monitor (GEM) tahun 2005 melaporkan Singapura memiliki entrepreneur 7.2% dari total penduduk, padahal tahun 2001 hanya 2.1%. Pada tahun 1983, AS yang berpenduduk 280 juta memiliki 6 juta entrepreneur, atau sekitar 2.14% dari seluruh penduduk. Menurut Ciputra dalam Nugroho (2009), Indonesia hanya memiliki sekitar 400.000 entrepreneur atau sekitar 0.18% dari total populasi. Pemerintah Indonesia mencatat bahwa jumlah pelaku bisnis memang mencapai 50 juta, tetapi the real entrepreneur-nya kurang 0.8% dari seluruh populasi pelaku bisnis, selebihnya adalah pebisnis subsisten.

Hal tersebut berlawanan dengan teori Keynes, bahwa fokus ekonom adalah full employment. Pemerintah bertugas menciptakan lapangan kerja. Menurut Nugroho (2009) teori tersebut manjur pada tahun 1970-1990, di saat pertumbuhan ekonomi 1%, lapangan kerja untuk 400.000 orang tercapai. Pertumbuhan 5% sudah menciptakan 2 juta lapangan kerja baru. Namun sekarang, saat sektor riil mendominasi investasi yang intensive capital and technology, maka tiap 1% pertumbuhan ekonomi hanya menciptakan 200.000 lapangan kerja. Tidak mengherankan jika pengangguran terus bertambah, termasuk pengangguran intelektual atau yang sarjana.

Krisis ekonomi di Indonesia menyadarkan bangsa bahwa ekonomi UMKM menjadi tumpuan dan pilihan penting bagi para sarjana untuk hidup lebih sejahtera, mandiri, menolong banyak orang dalam mengatasi pengangguran (Kasali, 2010).

Maka dari itu, di Bappenas Pemerintah terus memikirkan ulang paradigma pembangunannya. Di sekolah-sekolah, kurikulum ditransformasikan dari kurikulum yang menyiapkan anak didik menjadi "tenaga siap kerja" menjadi "manusia pencipta kerja". Prof. Lester C. Thurow (1999) dalam bukunya "Building Wealth" dengan jelas menyatakan, "Tidak ada institusi pengganti untuk para agen wirausaha perorangan. Para

pemenang permainan wirausaha menjadi makmur dan berkuasa, tetapi tanpa wirausahawan, perekonomian menjadi miskin dan lemah.”

Menurut Prof. Dr. Irwan Abdullah, Direktur Pascasarjana UGM, peran perguruan tinggi dalam menanamkan virus kewirausahaan sangat strategis, mengingat banyaknya Perguruan Tinggi dan ratusan ribu lulusan yang segera terjun dalam masyarakat tiap tahun. Mestinya lulusan tersebut tidak menambah masalah baru dalam masyarakat, sebaliknya memiliki kompetensi dalam memecahkan persoalan nyata sebagai agent of change.

Dalam pidato yang bersejarah, yang dibukukan dengan judul ”Pentingnya Kewirausahaan” (2007), Ciputra mengemukakan lima alasan penting mengapa perlu mempromosikan entrepreneurship untuk negara berkembang seperti Indonesia:

- (1) Fakta bahwa kebanyakan generasi muda Indonesia tidak dibesarkan dalam budaya entrepreneur, melainkan budaya ”pegawai” atau ”pekerja” atau ”pegawai negeri”. Entrepreneurship tidak ada dalam pendidikan keluarga. Hal ini mengakibatkan generasi muda untuk memiliki pola pikir ”mencari kerja.
- (2) Jika entrepreneurship tidak eksis dalam pendidikan keluarga maupun formal, inspirasi dan latihan entrepreneurship akan kurang tercermin.
- (3) Perlu disampaikan sejak bangku sekolah dasar bahwa saat ini terlalu banyak pencari kerja, dan terlalu sedikit pencipta kerja. Dengan fakta ini, diharapkan generasi muda dapat memikirkan pilihan untuk menjadi entrepreneur dan tahu bagaimana mempersiapkan diri menjadi entrepreneur.
- (4) Mentransformasikan lembaga pendidikan menjadi lembaga pendidikan yang memperkenalkan entrepreneurship sejak dini, dan melibatkan semua pelaku termasuk pengusaha dan yang berpengalaman sebagai entrepreneur
- (5) Pertumbuhan jumlah entrepreneur bukan hanya menolong generasi muda, melainkan mendorong penciptaan kesejahteraan masyarakat luas.

1.2 Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus dari penelitian ini terbagi menjadi 3 Tahun:

- Tahun pertama adalah :

1. Menemukan potret dasar filosofis ilmu *entrepreneurship* sehingga pendidikan *entrepreneurship* memiliki fondasi keilmuan yang kuat supaya mampu mengurangi kemiskinan dan mencetak entrepreneur.
2. Menemukan bidang-bidang kajian dalam *entrepreneurship* sehingga tidak tumpang tindih dengan ilmu manajemen mencakup: mencari dan menangkap peluang usaha, inovasi, *D thinking*, *entrepreneurship* berbasis teknologi.

● Tahun kedua adalah :

1. Menemukan model pembelajaran *entrepreneurship* berbasis *project*, karena *entrepreneurship* tidak cukup dipelajari dengan metode tradisional namun *entrepreneurship* sebaiknya dipelajari berbasikan projek-projek sehingga dapat langsung diaplikasikan. Semakin sering dilakukan semakin terampil.
2. Pengembangan model dan uji coba terbatas melalui pre-eksperimen

● Tahun ketiga adalah :

Penelitian eksperimen sebagai basis pengembangan ilmu *Entrepreneurship* melalui implementasi model dengan Penelitian Tindakan Kelas (PTK)

1.3 Keutamaan Penelitian

Dari hasil proyeksi ketenagakerjaan yang dilakukan oleh Pusat Penelitian Kependudukan Universitas Gadjah Mada berdasarkan skenario 2 menunjukkan bahwa tingkat partisipasi angkatan kerja (TPAK) tahun 2020 menjadi 132,25 juta angkatan kerja (Sucipto dan Tukiran, 1995) dibandingkan dengan tahun 2008 hanya sebesar 103,37 juta tenaga kerja. Dengan asumsi pertumbuhan unit usaha sebesar 3 persen per tahun maka pada tahun 2020 akan ada 73,14 juta unit usaha. Namun dari jumlah unit usaha tersebut hanya mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 116,30 juta. Artinya jika kondisi ini dibiarkan berjalan secara alamiah akan ada sebanyak 15,95 angkatan kerja yang tidak memperoleh pekerjaan.

Untuk mampu memberikan lapangan kerja bagi mereka dibutuhkan unit usaha baru sebanyak 29,41 juta. Sehingga kebutuhan *entrepreneur* untuk mampu menciptakan kesempatan kerja merupakan kebutuhan yang mendesak. Cara yang paling tepat untuk lahirkan *entrepreneur-entrepreneur* baru adalah melalui pendidikan *entrepreneur* (Kodrat, 2011).

Luaran tahun pertama: (1) Prototype model pengembangan pendidikan entrepreneurship, (2) Draft buku ajar, (3) Publikasi di seminar internasional. Sedangkan luaran tahun kedua: (1) Model pengembangan pendidikan entrepreneurship, (2) Buku ajar, (3) Publikasi di seminar internasional. Adapun luaran tahun ketiga: (1) Hasil implementasi efektivitas pendidikan *entrepreneurship* berbasis project, (2) Publikasi di seminar internasional, (3) Jurnal nasional akreditasi/international..

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Mengutip Caroline Jenner dalam The Next Generation Survey, "*We cannot give them jobs, but we can ensure that they have the core skills and competences to create them*". Pendidikan adalah sebuah proses penanaman nilai tentang tanggung jawab menjadi manusia. Tanggung jawab dasar setiap manusia dewasa adalah memberi nilai kepada lingkungannya. Nilai tersebut berupa kontribusi positif untuk mengembangkan diri dan komunitas. Pendidikan adalah ruang tempat transformasi yang revolusioner dapat diturunkan intensinya sehingga menjadi sebuah rekayasa sosial yang manusiawi dan dilaksanakan dengan kesadaran (Nugroho, 2009).

Ciputra (2009) mendefinisikan entrepreneur sebagai pengubah kotoran menjadi emas. Bila kotoran dan rongsokan dapat diubah menjadi emas, sebaliknya sesuatu yang bernilai emas berakhir menjadi rongsokan manakala tidak terdapat kecakapan entrepreneurship. Kalimat kotoran dan rongsokan menjadi emas hanyalah makna kiasan. Kata kunci dari definisi itu ialah perubahan dan kreativitas.

Karakter dasar seorang wirausaha menurut Mc. Graith & Mac Millan (2010) adalah sebagai berikut:

1. Action Oriented: bukan tipe menunda atau membiarkan kesempatan berlalu.
2. Berpikir simpel: Bukan manusia teknis yang kompleks, melainkan melihat persoalan dengan jernih dan menyelesaikan permasalahan satu demi satu.
3. Selalu mencari peluang baru: meraih keuntungan bukan hanya dari bisnis atau produk baru, melainkan juga cara baru.
4. Mengejar peluang dengan disiplin tinggi: peluang bukan hanya dicari, melainkan diciptakan, dibuka, dan diperjelas.
5. Hanya mengambil peluang terbaik: jeli terhadap nilai ekonomis, prestasi, dan perubahan.
6. Fokus pada eksekusi: melakukan tindakan dan merealisasikan apa yang dipikirkan daripada menganalisis ide sampai mati.
7. Memfokuskan energi pada setiap orang dalam bisnis: menggunakan tangan dan pikiran banyak orang baik dari dalam maupun luar perusahaan. Memiliki

kemampuan mengumpulkan orang, membangun jaringan, memimpin, menyatukan gerak, memotivasi, dan berkomunikasi.

Tiga ciri entrepreneur yang saling mendukung secara sekuensial yaitu:

1. *Opportunity Creator*: pencipta peluang, pengkreasi demand. Seperti dinyatakan oleh Peter Drucker, "The entrepreneur always searches for change, responds to it, and exploits it as an opportunity."
 - a. Menggunakan imajinasi kreatif untuk melihat sebuah permasalahan dengan kaca mata entrepreneur
 - b. Tidak terpaku pada hambatan, kelemahan, dan kekurangan yang ada
 - c. Fokus pada potensi dan peluang yang dapat diraih.
2. *Innovation*: Menciptakan produk maupun jasa yang diperlukan oleh the created demand tersebut. Kreativitas bukan hanya diperlukan dalam rancang bangun semata, namun dapat menjelajah ke ranah keuangan.
3. *Calculated Risk-Taking*: melakukan proses entrepreneurship dengan mempertimbangkan risiko yang ada dan mungkin ada.

Tiga alasan mengapa sekolah atau pendidikan sebagai instrumen menurut Nugroho (2009):

1. Pendidikan yang terjadi di seluruh dunia pada umumnya membangun manusia pekerja. Hampir semua memberi visi dan pembelajaran untuk menjadi pekerja.
2. Sekolah sebagai lembaga pendidikan yang dipercaya masyarakat, sudah memiliki reputasi sebagai paspor untuk masa depan.
3. Melalui sekolah pula maka keluarga anak didik akan tergugah.

Magnus Klofsten & Mary Spaeth (2004) menyimpulkan bahwa terdapat 12 langkah program untuk pelatihan entrepreneurship yang sukses:

1. Program pelatihan harus holistik (bukan sekadar pengetahuan entrepreneurship)
2. Persiapkan pelatih terbaik untuk tiap kompetensi yang dibutuhkan
3. Pahami kebutuhan tiap peserta dengan jelas
4. Kaitkan program pelatihan kewirausahaan dengan jaringan usaha (komunitas bisnis)
5. Perkuat kepercayaan diri peserta
6. Tuntut kemajuan yang terukur dan dokumentasikan tiap proses

7. Gunakan strategi dan kiat praktis pelatihan yang terbukti keberhasilannya
8. Rencanakan program mentoring dengan hati-hati
9. Pastikan program pelatihan kewirausahaan adalah program yang sangat praktis tetapi memiliki dasar teori.
10. Pusatkan program pelatihan pada kebutuhan dari kelompok yang telah menjadi target.
11. Ciptakan kredibilitas pelatihan dan jaga etos kerja dan etika selama program.
12. Seimbangkan pembelajaran formal dan informal.

Para entrepreneur sukses masing-masing memiliki proses pembentukan tersendiri, dengan waktu dan upaya yang tidak sedikit. Integrasi pendidikan entrepreneurship dalam kurikulum nasional merupakan cara paling utama untuk menambah jumlah entrepreneur di Indonesia, karena melalui program pendidikan nasional, kita dapat menjangkau sebanyak mungkin orang dengan cara yang sistematis.

Kebijakan dan praktik pendidikan entrepreneurship di beberapa negara (Nugroho, 2009):

1. Di Spanyol: Catatan Organik tentang Kualitas dalam Pendidikan memiliki sasaran untuk mempromosikan kecakapan entrepreneurial dan kewirausahaan dalam pendidikan di luar perguruan tinggi yang menyeluruh. Dengan dasar itu, kurikulum sekolah dasar dan menengah telah direvisi.
2. Di Polandia: "Dasar-dasar Enterprise" adalah subjek yang diwajibkan di semua sekolah menengah pertama dan kejuruan. Sasarannya meliputi pembentukan sikap entrepreneurial dan pembelajaran bagaimana memulai sebuah bisnis.
3. Di Perancis: Pemerintah Perancis menciptakan proses pengamatan tentang praktik-praktik mengajar entrepreneurship di pendidikan menengah dan pendidikan yang lebih tinggi.
4. Di Luxemburg: Murid kelas VI SD memiliki bagian khusus yang diberikan untuk pembelajaran bagaimana memulai sebuah bisnis.
5. Di Irlandia: Dalam kurikulum yang mapan terdapat penerapan penawaran kesempatan untuk mengalami proses entrepreneurship kepada para siswanya.
6. Di Finlandia: Sebuah kelompok pengarah telah dibentuk pada tahun 2002 untuk mengembangkan dan mengkoordinasikan entrepreneurship pada tiap tingkat pendidikan yang berbeda dengan anggota kementerian, organisasi, dan pendidikan.

7. Di Belanda: mempromosikan proyek percontohan dan mengumpulkan contoh yang mudah diadopsi, serta didukung kementerian ekonomi dalam menjadi fasilitator. Dalam dua tahun 100 proyek didanai.
8. Di Inggris: membangun jejaring pusat entrepreneurship dalam perguruan tinggi yang didanai pemerintah, serta menggabungkan pembelajaran entrepreneurship dengan IPTEK.

Koran ekonomi Bisnis Indonesia (2008) memuat panduan untuk menguji seseorang yang ingin menjadi entrepreneur sukses, berdasarkan pengalaman praktis dari Ir. Ciputra:

1. Apakah anda sangat berhasrat (passionate) untuk menjadi entrepreneur?
2. Apakah anda melihat kesempatan besar melayani pasar secara kreatif?
3. Apakah anda telah menciptakan sebuah produk inovatif yang ketika anda tawarkan maka prospek tidak mampu berkata tidak?
4. Apakah anda memiliki kapasitas untuk memenangkan persaingan secara efektif?
5. Apakah anda tahu bagaimana menghasilkan produk atau jasa yang ingin anda pasarkan dengan cara paling efisien?
6. Apakah anda tahu bagaimana caranya mendanai keseluruhan usaha baru anda dengan biaya termurah dan resiko terendah sementara hasil terbaik tetap anda dapatkan?
7. Apakah anda siap menghadapi tuntutan kerja keras, risiko gagal, dan rugi?

BAB III

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian:

Adapun tujuan dari penelitian ini terbagi menjadi 3 Tahun :

▪ Tahun Pertama adalah :

- (1) menemukan dasar filosofis ilmu *entrepreneurship* sehingga pendidikan *entrepreneurship* memiliki fondasi keilmuan yang kuat supaya mampu mengurangi kemiskinan dan mencetak *entrepreneur*.
- (2) menemukan bidang-bidang kajian dalam *entrepreneurship* sehingga tidak tumpang tindih dengan ilmu manajemen yang mencakup: mencari dan menangkap peluang

▪ Tahun Kedua adalah :

- (1) menemukan model yang tepat untuk mengajarkan *entrepreneurship* karena *entrepreneurship* tidak cukup dipelajari dengan metode tradisional namun *entrepreneurship* sebaiknya dipelajari berbasis proyek-proyek sehingga dapat langsung diaplikasikan. Semakin sering dilakukan semakin terampil
- (2) Pengembangan model dan uji coba terbatas

▪ Tahun ketiga adalah :

Penelitian Eksperimen sebagai basis Pengembangan ilmu *Entrepreneurship*

3.2 Manfaat Penelitian :

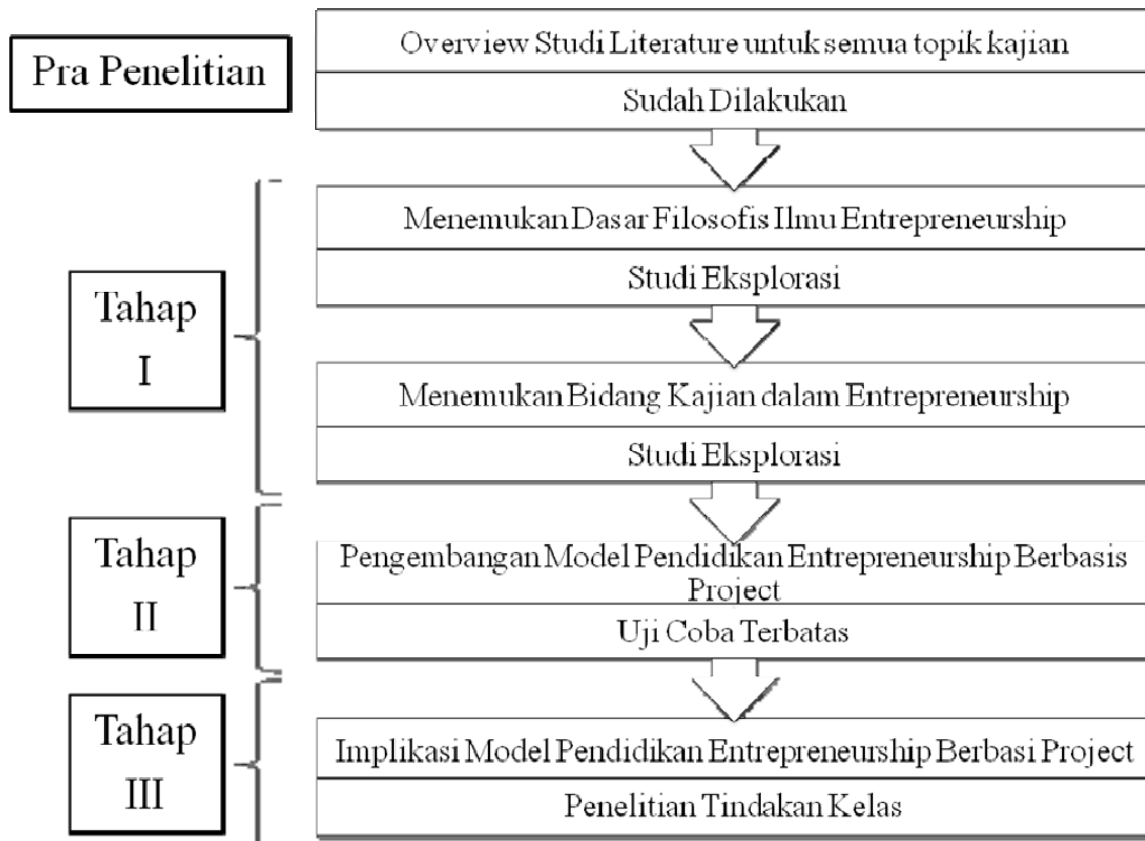
Adapun Manfaat dari Penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan Pendidikan Entrepreneurship berbasis Project
2. Mengaplikasikan Model Pendidikan Entrepreneurship yang tepat untuk membantu mengurangi kemiskinan dan mencetak entrepreneur
3. Memperkuat fondasi keilmuan pendidikan entrepreneurship dengan menemukan dasar filosofis

BAB IV METODE PENELITIAN

Untuk mencapai tujuan penelitian: (1) menemukan dasar filosofis ilmu *entrepreneurship* sehingga pendidikan *entrepreneurship* memiliki fondasi keilmuan yang kuat supaya mampu mengurangi kemiskinan dan mencetak *entrepreneur*, (2) menemukan bidang-bidang kajian dalam *entrepreneurship* yang tepat sehingga tidak tumpang tindih dengan ilmu manajemen, (3) menemukan metode atau model yang tepat untuk mengajarkan *entrepreneurship* karena *entrepreneurship* tidak cukup dipelajari dengan metode tradisional namun *entrepreneurship* sebaiknya dipelajari berbasiskan proyek, dan (4) mampu mengaplikasikan metode *project based learning* untuk menciptakan *entrepreneur* dalam dunia pendidikan. Serta dengan keluaran akhir dari penelitian ini adalah buku ajar yang tepat tentang pendidikan *entrepreneurship* berbasis penelitian yang terdiri dari 7 modul yaitu: (1) *entrepreneurship* untuk mengatasi kemiskinan, (2) *entrepreneurship* sebagai sebuah ilmu, (3) strategi menciptakan *entrepreneur*, (4) mencari dan menangkap peluang usaha, (5) inovasi, (6) *D thinking*, dan (7) *entrepreneurship* berbasis teknologi, maka digunakan metode penelitian Ekplorasi dan penelitian tindakan kelas (PTK).

Adapun *roadmap* dalam penelitian ini sebagai mana ditunjukkan pada Gambar 3.1. Penelitian Eksploratif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan atau yang sifatnya masih baru dan untuk memberikan arahan bagi penelitian selanjutnya (Kuncoro, 2009). Tujuan eksplorasi ini adalah untuk mengidentifikasi dasar filosofis ilmu *entrepreneurship* dan menemukan bidang-bidang kajian *entrepreneurship*. Untuk mendapatkan data tersebut dilakukan dengan *Key Informant*, *technical/ depth Interview* dan *Focus Group Discussion*



Gambar 3.1 : Langkah – langkah Penelitian

Pada tahun kedua ini, setelah menemukan model pembelajaran entrepreneurship, akan dilakukan pengembangan model dan uji coba terbatas dengan metode *point based assessment*. Yang dimaksud dengan *point based assessment* adalah peserta kegiatan mengumpulkan point sebanyak-banyaknya untuk dapat mengikuti pameran dan mentoring. Pada penelitian eksperimental ini, akan dimonitor perbedaan antara sebelum dan setelah etelah mendapat perlakuan, peserta akan diwawancara mengenai kesiapan menjadi entrepreneur.

Topik yang tercakup di dalamnya yaitu:

- (1) Visi – tahapan untuk mencapai & sarana yang diperlukan
- (2) *Design Thinking*
- (3) *My Inspiration*
- (4) *Market Insight*
- (5) *Business Opportunity*
- (6) *Entrepreneur Inspiration*

- (7) *Entrepreneur Character*
- (8) *Changing Trash into Gold*
- (9) *Prototyping*
- (10) *Reflection*
- (11) *Business Plan*
- (12) *Sales Performance Contest*
- (13) *Team Performance Contest*
- (14) *Evaluation*

2.1. Output dan Indikator Capaian Penelitian

1. Tahun pertama :

- Dasar filosofis pendidikan :
 - Dasar filosofis (ontologi, epistemologi, dan aksiologi) *entrepreneur* sebagai sebuah ilmu
 - Metode Baru
 - Hasil *depth interview* dengan ahli
- Bidang-bidang kajian dalam *entrepreneurship* :
 - Model-model strategi untuk menciptakan *entrepreneur*
 - Metode Baru mengatasi kemiskinan melalui *entrepreneurship*

2. Tahun kedua :

- a. Menemukan model pembelajaran *entrepreneurship*
- b. Pengembangan Model & Uji Coba Terbatas
 - i. Peserta diwajibkan mengikuti rangkaian kegiatan
 - ii. Kelulusan ditentukan berdasar "Point Based Assessment"
 - iii. Jumlah point yang didapatkan akan menentukan privilege mengikuti pameran & mentoring
 - iv. Membandingkan kesiapan dalam menjadi *entrepreneur* antara sebelum dan sesudah mendapatkan pengalaman.

3. Tahun ketiga :

- Penelitian Eksperimen untuk mengembangkan ilmu *entrepreneurship*
 - Model pendidikan *entrepreneurship*
 - Penelitian Tindakan kelas

Tahap Pelaksanaan Pertama : Dasar Filosofis dan Bidang kajian *Entrepreneurship*

Year	Key Milestones / Activities:	Month							
		1	2	3	4	5	6	7	8
I	1. <i>Entrepreneurship</i> sebagai sebuah ilmu - Dasar filosofis (ontologi, epistemologi, dan aksiologi) <i>entrepreneur</i> sebagai Sebuah ilmu - Hasil <i>depth interview</i> dengan ahli		X	X					
	2. Bidang Kajian <i>Entrepreneurship</i> - Model-model strategi untuk menciptakan <i>entrepreneur</i>					X	X	X	X

Tahap Pelaksanaan Kedua: Pengembangan Model dan Uji Coba Terbatas

Year	Key Milestones / Activities:	Month							
		1	2	3	4	5	6	7	8
II	1. Menemukan model dan mengembangkan model pendidikan <i>entrepreneurship</i> - Dasar filosofis - Cara mengajarkan <i>entrepreneurship</i> - Entrepreneurial Process & Intensity - Socio & Psychological Approach	X	X	X	X				
	2. Point Based Assessment (1) Visi – tahapan untuk mencapai & sarana yang	X							

Year	Key Milestones / Activities:	Month							
	diperlukan								
	(2) <i>Design Thinking</i>	X							
	(3) <i>My Inspiration</i>		X						
	(4) <i>Market Insight</i>			X					
	(5) <i>Business Opportunity</i>				X				
	(6) <i>Entrepreneur Inspiration</i>					X			
	(7) <i>Entrepreneur Character</i>						X		

Tahap Pelaksanaan Ketiga : Implementasi model pendidikan *Entrepreneurship*

Year	Key Milestones / Activities:	Month							
		1	2	3	4	5	6	7	8
III	(1) <i>Changing Trash into Gold</i>	X	X						
	(2) <i>Prototyping</i>			X	X				
	(3) <i>Reflection</i>								
	(4) <i>Business Plan</i>					X	X		
	(5) <i>Sales Performance Contest</i>								
	(6) <i>Team Performance Contest</i>							X	X
	(7) <i>Evaluation</i>								

BAB V
HASIL DAN PEMBAHASAN

Paired Samples Test

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 X1.Mean - X1.MeanS	-.76667	.80658	.14726	-1.06785	.46548	5.206	29	.000
Pair 2 X2.Mean - X2.MeanS	-.95567	.98644	.18010	-1.32401	.58732	5.306	29	.000
Pair 3 X3.Mean - X3.MeanS	-.33333	.66415	.12126	-.58133	.08534	2.749	29	.010
Pair 4 X4.Mean - X4.MeanS	-.12000	.69202	.12635	-.37841	.13841	-.950	29	.350
Pair 5 X5.Mean - X5.MeanS	-.82200	1.02824	.18773	-1.20595	.43805	4.379	29	.000
Pair 6 X6.Mean - X6.MeanS	-.47800	.93258	.17027	-.82623	.12977	2.807	29	.009
Pair 7 X7.Mean - X7.MeanS		-.65667	.16496	-.99405	.31928	3.981	29	.000

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.917	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.882	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.700	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.596	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.734	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.826	3

Berdasarkan data di atas, semua data telah lulus uji reliabilitas, kecuali "Business Opportunity". Namun nilai alpha cronbach variabel tersebut dekat dengan 0,6 sehingga dianggap sebagai mediocre jadi masih baik-baik saja untuk dimasukkan dalam penelitian ini. *Business Opportunity* tidak reliable karena kesempatan untuk meluncurkan produk ke pasar adalah sangat bervariasi. Tidak semua responden memiliki latar belakang yang sama.

Variabel *vision, design thinking, my inspiration, business opportunity, entrepreneur inspiration*, dan *entrepreneur character* menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kesiapan untuk menjadi entrepreneur, sebelum dan sesudah lokakarya. Itu berarti lokakarya atau model pembelajaran kewirausahaan yang diterapkan dengan benar dan membawa hasil yang signifikan bagi siswa; memperkaya siswa dengan keterampilan dan pengetahuan, menggunakan observasi / analisis sebelum membuat keputusan, meningkatkan karakter dan passion, serta memperhitungkan risiko.

Semua variabel menunjukkan perbedaan kesiapan sebelum dan setelah lokakarya kecuali “Market Insight”. Nilai signifikansi Market Insight adalah $0,350 > 0,05$ yang berarti bahwa tidak ada perbedaan pada kesiapan menjadi pengusaha dari responden. Apa yang laku di pasar dan apa yang tidak laku adalah benar-benar misteri sejati. Itulah sebabnya setelah lokakarya responden masih tidak yakin tentang tren pasar.

Kebanyakan orang ketika akan membuka suatu usaha, maka pastinya mereka berfikir terlebih dahulu, usaha apa yang terus laku dari waktu ke waktu atau usaha yang cepat laku. Padahal sebenarnya laku tidak laku suatu usaha itu tergantung orang yang mengembangkannya.

Banyak orang yang sukses dengan bisnis pulsa, namun banyak juga yang gulung tikar dalam bisnis ini. banyak orang yang berhasil dengan membuka warung makan, namun juga tidak sedikit yang membuka warung makan namun sepi pembeli. Banyak orang yang telah sukses dalam mengembangkan bisnis online, namun juga tak sedikit yang gagal dalam bisnis ini. Oleh sebab itu sebelum membuka suatu usaha yang paling penting adalah melakukan riset atau penelitian terhadap kondisi pasar bisnis (www.ciputraentrepreneurship.com).

BAB VI

RENCANA TAHUN BERIKUTNYA

Berikut adalah rencana kegiatan yang akan dilakukan pada tahap berikutnya:

1. Implementasi Model Pendidikan Entrepreneurship, yang mencakup topik:
 - a. *Changing Trash into Gold*
 - b. *Prototyping*
 - c. *Reflection*
 - d. *Business Plan*
 - e. *Sales Performance Contest*
 - f. *Team Performance Contest*
 - g. *Evaluation*
2. Menerbitkan buku ajar
3. Publikasi di seminar internasional dan jurnal akreditasi

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN:

- a. Variabel: *vision, design thinking, my inspiration, business opportunity, entrepreneur inspiration*, dan *entrepreneur character* menunjukkan perbedaan kesiapan dalam berwirausaha, sebelum dan setelah lokakarya.
- b. Variabel *market insight* menunjukkan tidak ada perbedaan dari responden sebelum dan setelah lokakarya.

SARAN :

Bagi model pendidikan entrepreneurship:

1. Tidak memasukkan *external factors* (seperti *market insight* dan *business opportunity*) dalam *experimental research*. Hanya mengukur atau melibatkan *individual experience* (*personality, characters, and so forth*).
2. Penelitian lanjutan dapat mengkombinasikan *classroom workshop* dan *field study like sales contest, business plan presentation*, dsb.
3. Walaupun seluruh peserta menyatakan memiliki hasrat dan semangat yang besar untuk menjadi *entrepreneur*, namun masih banyak yang mengatakan tidak siap menghadapi kerugian atau kegagalan. Bahkan mereka belum memperhitungkan resiko usaha. Maka pendidikan entrepreneurship sebaiknya fokus untuk membiasakan melakukan analisis sebelum membuat keputusan, memperhitungkan segala sesuatu termasuk resiko kerugian dan kegagalan di pasar, serta memperkenalkan cara-cara pendanaan usaha dengan biaya termurah dan resiko terrendah.
4. Untuk memperdalam *market insight* dapat menganalisis apa kira-kira yang menjadi trend kebutuhan masyarakat sekitar yang belum terpenuhi dengan baik atas berbagai usaha bisnis yang sudah ada. Atau bisa juga mengembangkan usaha bisnis yang dikembangkan oleh orang lain, asalkan konsep tawaran bisnis yang berbeda.

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA

- Baumol, William J., Robert E. Litan dan Carl J. Schramm, 2010. *Good Capitalism Bad Capitalism*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Birch, D.I. 1979. *The Job Generation Process*. Woshington, DC: U.S. Department of Commerce.
- Brandt, S.C. 1986. *Entrepreneur in Established Companies*. Homewood, H: Irwin.Carsrud, Alan L. dan Malin Brannback. 2009. *Understanding the Entrepreneurial Mind*. USA: Springer.
- Burr, 1995
- Casson, M. 1982. *The Entrepreneur – An Economic Theory*. Oxford: Martin Robertson.
- Chell, Elizabeth. 2008. *The Entrepreneurial Personality: A Social Construction*, 2nd. New York: Routledge.
- . 1985. The Entrepreneurial personality: a few ghosts laid to rest?, *International Small Business Journal*, 3: 43 – 54.
- Covin, J.G dan Slevin, D.P. 1989. Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environments, *Strategic Management Journal*, 10 (January): 75 – 87.
- Cox dan Aim, 1995
- Ciputra. 2008. *Ciputra Quantum Leap*. Jakarta: PT. Gramedia
- Drucker, Peter E. 2005. *Managing for the Future*. New York: Harper and Row
- Friedman, Thomas. 2005. *The World Is Flat*. New York: Farrar, Strauss & Giroux
- Gartner, W.B. 1990. What Are We Talking About When We Talk About Entrepreneurship? *Journal of Business Venturing* 5: 15 – 28.
- Hornaday, J.A dan Aboud, J. 1971. Characteristics of Successful Entrepreneurs, *Personal Psychology*, 24: 141 – 153
- Jeffrey A. dan Stephen Spinelli. 2004. *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. 6th edition. New York: The McGraw Hill Companies, Inc.
- Kasali, dkk. *Modul Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Hikmah.
- Kao, JJ. 1989. *Entrepreneurship, Creativity and Organization*. Englewood Cliffs, N.J: Prentice-Hall.Kirzner, I.M. 1982. Uncertainty, discovery and human action: a study of the entrepreneurial profile in the Misesian system in I.M. Kirzner (Ed) *Method, Process and Austrian Economics: Essays in Honour of Ludwig von Mises*, Lexington, MA: DC Heath.
- Kodrat, David Sukardi, 2011. *Strategi Menambah Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Pendidikan Entrepreneurship untuk Menyongsong Tahun 2020* (Best Paper) Proceeding SNKIB I, Jakarta: Universitas Tarumanagara.
- Kolb, DA. 1984. *Experiential Learning*. New York: Prentice Hall.
- Kuncoro, Mudrajad . 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan* . Jakarta : Penerbit Erlangga

- Landes, David 1999. *The Wealth and Poverty of Nations: Why Some Are So Rich And Some So Poor*. New York: W.W. Norton.
- Miller, D. 1983, The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms, *Management Science*, 29 (July): 770 – 791.
- Mischel, M. 1968. *Personality and Assessment*. New York: Wiley.
- Morris, Michael, H. 1998, *Entrepreneurial Intensity: Sustainable Advantages for Individuals, Organizations, and Societies*. Londoh: Quorum Books
- Morris, M.H dan Sexton, D.L. 1996. The Concept of Entrepreneurial Intensity: Implications for Company Performance, *Journal of Business Research*, 36 (1): 5 – 14.
- Nugroho. 2009. *Memahami Latar Belakang Pemikiran Entrepreneurship Ciputra*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Pinchot, G. 1985. *Intrapreneuring*. New York: Harper & Row.
- Sachs, Jeffrey D. 2005. *The End of Poverty: How We Can Make It Happen In Our Lifetime*. New York: Penguin Press
- Schumpeter, Joseph A. 1942. *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper
- Shane, S. 2003. *A General Theory of Entrepreneurship. The Individual opportunity nexus*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Slaughter, Michie P. 1996. *Entrepreneurship: Economic Impact and Public Policy Implication*, for the Library of Congress Congressional Research Service. Kansas City, MO: Kauffman Center for Entrepreneurship Leadership, Inc.
- Sucipto, Tri dan Tukiran, 1995. *Proyeksi Penduduk Indonesia Tahun 1990 – 2050*. Yogyakarta: Pusat Pendidikan Kependudukan Universitas Gadjah Mada.
- Tropman, J.E., dan Morningstar, G. 1989. *Entrepreneurship Systems for the 1990's*. New York: Quorum Books.
- www.ciputraentrepreneurship.com

BIODATA KETUA TIM PENELITI

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Dr.Mohamad Yusak Anshori, MM.
2	Jabatan Fungsional	Lektor
3	Jabatan Struktural	Dekan Fakultas Ekonomi-Universitas Ciputra
4	NIP/ NIK/ Identitas Lainnya	00010053
5	NIDN	0713106704
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Kediri, 13 Oktober 1967
7	Alamat Rumah	Surabaya Plaza Hotel, Jl.Pemuda 33-37 Surabaya
9	No. Tlp/Faks	031-5316833/ fax:031-5322520
10	Alamat Kantor	Universitas Ciputra Surabaya, UC Town, Citraland Surabaya 60219
11	No. Tlp/ Faks	031-7451699/ fax:031-745 1698
12	Alamat Email	yusak.anshori@ciputra.ac.id
13	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S-1 = 20 orang; S2 = 15 orang; S-3 ; - orang
14	Mata Kuliah yang Diampu	1. Manajemen Strategi
		2. Manajemen Pemasaran
		3. Manajemen Sumber Daya Manusia
		4. Global Entrepreneurship

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta	Universitas Airlangga, Surabaya	Universitas Airlangga, Surabaya
Bidang Ilmu	Hubungan Internasional	Magister Manajemen	Ilmu Ekonomi
Tahun Masuk – Lulusan	1986-1992	2002-2004	2005-2009

Judul Skripsi/Thesis/Disertasi	Krisis Konstitusi Australia 1975	Analisis Penerapan <i>Knowledge Management</i> dan <i>Knowledge Based Strategy</i> di Surabaya Plaza Hotel	Pengaruh Orientasi Pasar, <i>Intellectual Capital</i> , Orientasi Pembelajaran terhadap Inovasi dan Kinerja Hotel Bintang Empat dan Lima di Jawa Timur
Nama Pembimbing/Promotor	Dra.Soelistiyati Ismail Gani	Prof.Dr.Arsono Laksmna	Prof.V.Henky Supit

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Juta Rp)
1	2011	Peningkatan Penjualan” Nasi Goreng Jancuk” di Surabaya Plaza Hotel	Surabaya Plaza Hotel	Rp.10 Juta
2	2013	<i>The Preceived Contribution on the Company Through Job Satisfaction and Employee Loyalty at Surabaya Plaza Hotel</i>	Surabaya Plaza Hotel	Rp. 10 Juta

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Juta Rp)
1	2005-2010	Executive Director Surabaya Tourism Promotion Board (STPB)	Pemkot	Rp 800 Juta/Tahun
2	2005-2010	Ketua Casa Grande (Asosiasi Hotel Bintang 3,4,5 dan Golf Club) Jawa Timur	Anggota	Rp. 2 Juta/anggota
3	2010-Sekarang	Ketua Dewan Pariwisata Indonesia (DEPARI) Jatim	Swadana	Rp. 1 Juta/bulan
4	2011	Executive Director East Java Carnival Board (JAC Board)	Pemprov Jatim & Sponsor	Rp.1M per Event

E. Pengalaman Penulisan Artikel Ilmiah Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Volume/ Nomor/Tahun	Nama Jurnal
1	<i>The Importance of Customer Satisfaction and Supreme Service Provision in the Hotel Industry: A Case study of Surabaya Plaza Hotel</i>	Vol.3/No.1/2007	Hotel Management
2	Pengaruh Orientasi Pasar, <i>Intellectual Capital</i> ,	Vol.3/No.3/2011	Integritas Jurnal

	dan Orientasi Pembelajaran terhadap Inovasi		Management Business
3	Pengaruh Kualitas Jasa Perbankan Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Rakyat Indonesia Surabaya	Vol.1/No.3/2011	Journal of Business & Banking

F. Pengalaman Penyampaian Makalah Secara Oral Pada Pertemuan Pertemuan / Seminar Ilmiah dalam 5 Tahun Terakhir

No	Nama Pertemuan Ilmiah / Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1	World Tourism Investment Summit	Surabaya as a Tourism Destination	Busan (Korea), 7 Oktober 2008
2	Pacific Asia Travel Association (PATA) Sweden Chapter	Destination Java	Stockholm (Swedia), 29 Oktober 2008
3	International Conference 41 st Anniversary of STIE Perbanas Surabaya	<i>Intellectual Capital and Global Competencies as Competitive Advantage in the Hotel Industry</i>	Surabaya, 28 Januari 2011
2	United Nations World Tourism Organization	<i>Tourism Ethics As A Competitive Advantage at Surabaya Plaza Hotel</i>	Bali, 11 Juni 2011
3	Seminar Nasional Manajemen Teknologi XIV	Implementasi Teknometrik (<i>Humanware</i>) untuk meningkatkan kompetensi Sumber Daya Manusia di Surabaya Plaza Hotel	MMT-ITS Surabaya, 23 Juli 2011
4	Seminar Nasional Kewirausahaan/Entrepreneur	Pendidikan Entrepreneur di Era Global	Kediri, 17 Juni 2012

G. Pengalaman Penulisan Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1	Sparkling Surabaya: Pariwisata Dengan huruf L	2008	190	Bayumedia
2	Manajemen Strategi Hotel	2010	166	Putra Media Nusantara
3	Tourism Board: Strategi Promosi Pariwisata daerah	2010	84	Putra Media Nusantara
4	Surabaya, Enaknya Kemana?	2011	317	Elexmedia (Gramedia Group)
5	Lombok, Enaknya Kemana?	2011	271	Elexmedia (Gramedia Group)
6	Keeksotisan Batik Jawa Timur	2011	350	Elexmedia (Gramedia Group)

H. Pengalaman Perolehan HKI dalam 5-10 Tahun Terakhir

No	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1	Sparkling Surabaya	2006	Logo	032638

2	Kuping (Kuda Lumping)	2011	Seni Lukis	C00201102383
3	Trasisan	2012	Logo	C00201103387
4	Yori	2012	Seni Lukis	C00201104725
5	Yori (Batik)	2012	Seni Lukis	C00201104726

I. Pengalaman merumuskan Kebijakan Publik/ Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir.

No	Judul/ Tema/ Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respons Masyarakat
1	Surabaya Tourism Promotion Board	2005-2010	Surabaya	Positif
2	Green Job bersama International Labor Organization (ILO)	2009	Kab.Malang	Positif
3	Penyusunan Kebijakan dan Perencanaan Pembangunan Kepariwisata Nasional	2008	Departemen Kebudayaan & Pariwisata Jakarta	Positif

J. Penghargaan yang Pernah Diraih dalam 10 tahun terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)

No	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1	Gubernur Jatim di bidang Pendidikan, Hotel, Pariwisata, Seni dan Budaya	Pemerintah Provinsi Jatim	2007
2	Walikota Surabaya di bidang Promosi Pariwisata	Pemerintah Kota Surabaya	2008
3	Pariwisata Award Kategori Leading Practitioner	Lembaga Masyarakat Peduli Pariwisata Jawa Tengah	2011

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyamanan, saya sanggup menerima risikonya.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Hibah Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi

Surabaya, 5 November 2014

Mohamad Yusak Anshori

BIODATA ANGGOTA TIM PENELITIAN

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Dr. David Sukardi Kodrat, M.M., CPM (Asia)
2	Jabatan Fungsional	Lektor
3	Jabatan Struktural	Dekan Fakultas Pasca Sarjana
4	NIK	00506006
5	NIDN	0704126801
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Purwokerto , 04 Desember 1968
7	Alamat Rumah	Jl. Wonorejo Permai Selatan III/32 Surabaya 60296
9	No. Tlp/Faks	031-8706765
10	Alamat Kantor	UC Town Citraland Surabaya
11	No. Tlp/ Faks	031-7451698
12	Alamat Email	david.kodrat@ciputra.ac.id
13	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S-1 = 288 orang; S2 = 1 orang; S-3 ; - orang
14	Mata Kuliah yang Diampu	1. Business Execution
		2. Strategic Management
		3. Entrepreneurship Project
		4. Business Insight
		5. Marketing
		6. Finance

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Atmajaya Yogyakarta	Universitas Jember	Universitas Brawijaya, Malang
Bidang Ilmu	Ekonomi	Magister Management	Ilmu Ekonomi
Tahun Masuk – Lulusan	1987-1992	1999-2000	2002-2005
Judul Skripsi/Thesis/Disertasi	Studi banding penyusunan laporan keuangan dengan metode general price level accounting dan historical cost accounting	Uji konsistensi saham-saham properti yang Go public di bursa efek Jakarta	Pola Rasio keuangan dalam Business Cycle pada saham- saham property dan real estate
Nama Pembimbing/Promotor	Dra. C.H. Rusiti, M.S Ak	Dr. Andi Sularso, MSM	Prof. Dr. Safei Idrus, M.Sc

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Rp)
1	2012	“Inovasi Bisnis dan Membangun <i>Spirit of Entrepreneur</i> pada Industri Alas Kaki” (Riset Andalan Perguruan Tinggi dan Industri)	DIKTI (RAPID)	270.760.000
2	2012	“Analisis faktor yang Mempengaruhi Sikap Kewirausahaan pada Etnik Cina di Indonesia” (Hibah Unggulan Perguruan Tinggi)	DIKTI (AUPT)	40.000.000
3	2011	The Process Of Entrepreneurship Learning on Innovative Venture Creation at Ciputra University, Surabaya	UC	± 10.000.000
4	2011	Sektor-sektor Pembeda Antar Daya Saing Propinsi Yang Tinggi dengan Daya Saing Propinsi yang Rendah	Mandiri	± 10.000.000
5	2011	Strategi Menambah Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) melalui pendidikan <i>entrepreneurship</i> untuk Menyongsong Tahun 2020.	Mandiri	± 20.000.000
6	2011	Uji Interpretatif, Relevansi, dan Komparatif Laporan Keuangan	Mandiri	± 5.000.000
7	2009	Membangun Strategi “Low Budget High Impact” di <i>Era New Wave Marketing</i> (Kajian atas perusahaan Top Brand 2000 – 2007)	Mandiri	± 10.000.000
8	2009	<i>Value Based Management</i> Sebagai Alat Ukur Kinerja Perusahaan Berdasarkan Penciptaan <i>Value Added</i>	Mandiri	± 5.000.000
9	2009	Peranan Struktur Modal Terhadap Profitabilitas	Mandiri	± 7.500.000
10	2009	Pengembangan Model Penyusunan Strategi Untuk Meningkatkan Daya Saing Program Studi <i>International Business Management</i> di Surabaya	Mandiri	± 10.000.000
11	2009	Membandingkan Kinerja Perusahaan dalam Menciptakan Nilai Tambah Kekayaan (<i>wealth added</i>) di Asean	Mandiri	± 10.000.000
12	2009	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen untuk Menciptakan Perusahaan yang Bertumbuh Secara Berkelanjutan	Mandiri	± 5.000.000
13	2009	Perancangan pengukuran <i>performance of business process</i> industri minuman beralkohol untuk tumbuh secara berkelanjutan	Mandiri	± 10.000.000

14	2009	<i>Key Success Factors Which Influence Universities' Sustainable Growth In East Java Province</i>	Mandiri	± 10.000.000
15	2008	Analisa Harga Saham dengan Menggunakan <i>Dividend Constant Growth</i>	Mandiri	± 5.000.000
16	2008	Studi Kasus Dampak Perkembangan Sistem dan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan di Kota Surabaya	Mandiri	± 10.000.000
17	2008	Siklus Hidup Perusahaan Keluarga di Indonesia	Mandiri	± 7.500.000
18	2008	Strategi Mengkomunikasikan Kebijakan Moneter Bank Indonesia: Sebuah Pemikiran	Mandiri	± 10.000.000
19	2008	Studi Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> untuk Menciptakan <i>Sustainable Growth</i> di Indonesia	Mandiri	± 10.000.000
20	2008	Strategi <i>marketing</i> untuk industri minuman beralkohol di Indonesia (Studi pada Orang Tua group sebagai <i>market leader</i>).	Mandiri	± 10.000.000
21	2008	Variabel-Variabel Ekonomi Makro yang Mempengaruhi Kesenambungan Fiskal di Indonesia.	Mandiri	± 10.000.000
22	2008	<i>The Life Cycle of Indonesia Family Business</i>	Mandiri	± 7.000.000
23	2008	Pengetahuan Perilaku Konsumen untuk Merumuskan Strategi <i>marketing</i> yang Dinamis.	Mandiri	± 5.000.000
24	2008	<i>Business Strategy For Indonesian's Bottled Water Industry</i>	Mandiri	± 10.000.000
25	2008	Strategi Peningkatan Kinerja dengan Menggunakan <i>Business Process Map</i> .	Mandiri	± 5.000.000
26	2008	Penentuan <i>Key-Success Factors</i> Industri Air Minum Dalam Kemasan Untuk Menciptakan <i>Sustainability Growth</i> .	Mandiri	± 5.000.000
27	2008	Strategi Mitigasi dan Adaptasi untuk Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan di Era <i>Carbonomics</i> paradigma	Mandiri	± 5.000.000
28	2008	Merancang Pengukuran <i>Performance of Business Process</i> Industri Air Minum Dalam Kemasan Untuk Menciptakan <i>Sustainability Growth</i> .	Mandiri	± 7.000.000
29	2008	Integrasi iman dan ilmu dalam pendidikan kewirausahaan	Mandiri	± 10.000.000
30	2008	Strategi Ketahanan Pangan Menghadapi <i>Global Warming</i> dan Keterbatasan Energi di Era Globalisasi.	Mandiri	± 7.000.000

31	2007	Identifikasi <i>Key Success Factor</i> Industri Minuman Beralkohol Untuk Tumbuh secara Berkelanjutan	Mandiri	± 15.000.000
32	2007	Uji Konsistensi Penentuan Nilai Saham-Saham Industri Properti dan <i>Real estate</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta.	Mandiri	± 5.000.000
33	2007	Perancangan Strategi <i>marketing</i> industri minuman beralkohol untuk menciptakan <i>sustainable competitive advantage</i>	Mandiri	± 10.000.000
34	2007	Efisiensi Pasar Modal Pada Saat <i>Bullish</i> dan <i>Bearish</i> di Pasar Modal Indonesia.	Mandiri	± 7.000.000
35	2007	Relevansi dan Interpretasi Laporan Keuangan Berdasarkan <i>General Price Level Accounting</i>	Mandiri	± 5.000.000
36	2007	Analisis akumulasi modal manusia dengan tingkat partisipasi angkatan kerja dan tingkat partisipasi sekolah untuk peningkatan daya saing daerah (studi kasus di propinsi jawa timur)	Mandiri	± 10.000.000
37	2007	Strategi <i>Launching</i> Poduk Baru di Era Globalisasi dengan Konsep <i>Entre Marketship</i>	Mandiri	± 10.000.000
35	2007	Peranan Pelatihan dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan : Hasil Riset	Mandiri	± 10.000.000
36	2007	Dampak <i>Business Cycle</i> Pada Efisiensi Industri Properti Yang Go Publik di Pasar Modal Indonesia.	Mandiri	± 15.000.000

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Rp)
1	30 Januari 2010	Arah Pembelajaran Kewirausahaan di Perguruan Tinggi: Kurikulum dan Metode Pembelajaran, Lokakarya di Universitas Muhammadiyah Purwokerto	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	± 20.000.000
2	2009 - 2010	Penasehat, Pendamping (Panitia) Kepemimpinan Tingkat Dasar dan Lanjut Internal Kampus di Watukosek	Universitas Ciputra	-
3	2009 - 2010	Penasehat /(Panitia) Pelatihan Ekspor Impor (Internal Kampus)	Universitas Ciputra	-
4	24 Desember 2009	Seminar nasional dan workshop kurikulum berbasis entrepreneurship di Universitas Muhammadiyah Purwokerto	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	± 15.000.000
5	29 Desember	TOT Entrepreneurship dan Penyusunan Kurikulum Entrepreneurship di	Universitas Muhammadiyah	± 10.000.000

	2009	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	Purwokerto	
6	Oktober 2009	Pelatihan Selling Skill (Workshop setiap event) di Palimanan, Ciputra Golf Institusi	Ciputra Golf	-
7	3 Maret 2009	Narasumber dengan topik: “Peranan Perguruan Tinggi Ekonomi Untuk Menciptakan Entrepreneur yang Tangguh” Talkshow Interaktif di Radio Sonora	Radio Sonora	-
8	6 Juni 2008	Narasumber ” Forum Ekonomi dan Bisnis” di Radio Sonora	Radio Sonora	-
9	19-20 Desember 2009	Workshop bagi masyarakat desa Pandanlandung “Membuat Perencanaan yang Efektif”	Desa Pandanlandung	-
10	28-29 November 2009	Workshop bagi masyarakat desa Pandanlandung “Saluran Pemasaran yang Efektif”	Desa Pandanlandung	-
11	31 Oktober 2009	Workshop bagi masyarakat desa Pandanlandung “Teknik Bernegosiasi”	Desa Pandanlandung	-
12	27 September 2009	Workshop bagi masyarakat desa Pandanlandung “Mengidentifikasi Kebutuhan dan Keinginan Pasar”	Desa Pandanlandung	-
13	30 Agustus 2009	Workshop bagi masyarakat desa Pandanlandung “Penentuan Harga Jual yang Efektif”	Desa Pandanlandung	-
14	26 Juli 2009	Workshop bagi masyarakat desa Pandanlandung “Teknik Promosi Sederhana”	Desa Pandanlandung	-
15	27 Juni 2009	Workshop bagi masyarakat desa Pandanlandung “Mega Kreativitas”	Desa Pandanlandung	-
16	30-31 Mei 2009	Workshop bagi masyarakat desa Pandanlandung “Analisa Laporan Keuangan untuk UKM”	Desa Pandanlandung	-
17	25-26 April 2009	Workshop bagi masyarakat desa Pandanlandung “Manajemen Usaha Kecil”	Desa Pandanlandung	-
18	28 Maret 2009	Seminar bagi pengurus BPD desa Pandanlandung “Akuntansi Perusahaan Kecil”	Desa Pandanlandung	-

19	28 Februari 2009	Seminar bagi pengurus BPD desa Pandanlandung “Manajemen Struktur Modal”	Desa Pandanlandung	-
20	31 Januari 2009	Seminar bagi pengurus BPD desa Pandanlandung “Menyusun Anggaran Perusahaan”	Desa Pandanlandung	-
21	28-29 November 2008	Workshop bagi masyarakat desa Pandanlandung “Business Inspiring”	Desa Pandanlandung	-
22	31 Oktober 2008	Seminar bagi pengurus BPD desa Pandanlandung “Manajemen Likuiditas”	Desa Pandanlandung	-
23	28 September 2008	Seminar bagi pengurus BPD desa Pandanlandung “Manajemen Aktiva Tetap”	Desa Pandanlandung	-
24	30 Agustus 2008	Seminar bagi masyarakat desa Pandanlandung “Manajemen Modal Kerja”	Desa Pandanlandung	-
25	26 Juli 2008	Seminar bagi pengurus desa Pandanlandung “Rasio Keuangan untuk Mengukur Kinerja Keuangan”	Desa Pandanlandung	-
26	30-31 Mei 2008	Seminar bagi masyarakat desa Pandanlandung “Memenangkan Persaingan Melalui Saluran Distribusi”	Desa Pandanlandung	-
27	27-28 Juni 2008	Seminar bagi masyarakat desa Pandanlandung “Strategi Bersaing di Pasar Global”	Desa Pandanlandung	-
28	25-27 April 2008	Workshop bagi pengurus BPD desa Pandanlandung “Memahami Kebutuhan dan Keinginan Konsumen”	Desa Pandanlandung	-
26	28-30 Maret 2008	Workshop bagi pengurus BPD desa Pandanlandung “Merumuskan Strategi Bisnis”	Desa Pandanlandung	-
27	22-24 Februari 2008	Workshop bagi pemuda desa Pandanlandung “Meningkatkan Kemampuan Menjual”	Desa Pandanlandung	-
28	25-27 Januari 2008	Workshop bagi pemuda desa Pandanlandung “Membangun Perusahaan Keluarga”	Desa Pandanlandung	-
28	30 Januari	Arah Pembelajaran Kewirausahaan di	Desa	-

2010	Perguruan Tinggi: Kurikulum dan Metode Pembelajaran, Lokakarya di Universitas Muhammadiyah Purwokerto	Pandanlandung	
------	---	---------------	--

E. Pengalaman Penulisan Artikel Ilmiah Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Volume/ Nomor/Tahun	Nama Jurnal
1	The Process Of Entrepreneurship Learning on Innovative Venture Creation at Ciputra University, Surabaya	Vol 2 No.3 (2011)	ISSN 2222-1735 (Paper) ISSN 2222-288X (Online) Journal of Ecucation and Practice
2	Membangun Strategi "Low Budget High Impact" di <i>Era New Wave Marketing</i> (Kajian atas perusahaan Top Brand 2000 – 2007)	Vol. 2 No. 1 April – Juli 2009	Jurnal Terakreditasi No. 83/DIKTI/Kep/2009 Integritas, Jurnal Manajemen Bisnis Prasetiya Mulya
3	<i>Value Based Management</i> Sebagai Alat Ukur Kinerja Perusahaan Berdasarkan Penciptaan <i>Value Added</i>	No. 05/TH. XXXVIII/2009	ISSN: 0302-9859 PPG/STT/1990 SIC: Kep. 096/p.c/1971. Manajemen Usahawan Indonesia
4	Peranan Struktur Modal Terhadap Profitabilitas	Vol. 6 No. 1 Februari 2009	Jurnal Terakreditasi No. 48/Dikti/Kep/2006 Eksekutif, <i>Journal of Business And Management</i>
5	Analisa Harga Saham dengan Menggunakan <i>Dividend Constant Growth</i>	Vol.2, No. 2 Desember 2008	ISSN 1978-9998 Ekonomika, Jurnal Ekonomi
6	Studi Kasus Dampak Perkembangan Sistem dan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan di Kota Surabaya	Vol. 6 Edisi Khusus. Juli 2008	Jurnal terakreditasi No.: 55/Dikti/Kep/2005. Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika
7	Siklus Hidup Perusahaan Keluarga di Indonesia	No. 06/TH. XXXVII/2008	ISSN: 0302-9859 PPG/STT/1990 SIC: Kep. 096/p.c/1971. Manajemen Usahawan Indonesia

8	Strategi Mengkomunikasikan Kebijakan Moneter Bank Indonesia: Sebuah Pemikiran	Vol 20 (1). Maret 2008	ISSN 0852-1875 Modus, Jurnal Ekonomi dan Bisnis
9	Uji Konsistensi Penentuan Nilai Saham-Saham Industri Properti dan <i>Real estate</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta.	Vol. 11 No. 1, Maret 2007.	Jurnal Terakreditasi: No. 55a/DIKTI/Kep/2006. Ekuitas, Jurnal Ekonomi dan Keuangan
10	Perancangan Strategi <i>marketing</i> industri minuman beralkohol untuk menciptakan <i>sustainable competitive advantage</i>	Vol. 12 No.1, Mei 2007.	ISSN: 0854 – 1752. STT Nomor:2101/SK/DITJEN/ STT/1995. Jurnal Manajemen Prasetiya Mulya
11	Efisiensi Pasar Modal Pada Saat <i>Bullish</i> dan <i>Bearish</i> di Pasar Modal Indonesia.	Vol 2 No. 2 Mei 2007	ISSN 1907-0853 DeReMa, Jurnal Manajemen
12	Relevansi dan Interpretasi Laporan Keuangan Berdasarkan <i>General Price Level Accounting</i>	Vol. 8 No. 2 Juli 2007	Jurnal Terakreditasi No. 34/DIKTI/Kep/2003 Jurnal Akuntansi dan Investasi
13	Analisis akumulasi modal manusia dengan tingkat partisipasi angkatan kerja dan tingkat partisipasi sekolah untuk peningkatan daya saing daerah (studi kasus di propinsi jawa timur)	Vol. 11 No.3, September 2007.	Jurnal Terakreditasi No: 55a/DIKTI/Kep/2006. Ekuitas, Jurnal Ekonomi dan Keuangan
14	Strategi <i>Launching</i> Poduk Baru di Era Globalisasi dengan Konsep <i>Entre Marketship</i>	Vol. 12 No. 2, November 2007	Jurnal ISSN 0854-1752 STT No. 2101/SK/DITJEN PPG/STT/1995 Jurnal Manajemen Prasetiya Mulya
15	Peranan Pelatihan dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan : Hasil Riset	No.11/TH.XXXVI November 2007.	Jurnal Terakreditasi No: 23a/DIKTI/Kep/2004. Manajemen Usahawan Indonesia

16	Dampak <i>Business Cycle</i> Pada Efisiensi Industri Properti Yang Go Publik di Pasar Modal Indonesia.	Volume 9, Nomor 2, Desember 2007.	Jurnal Terakreditasi No: 55/DIKTI/Kep/2005. Jurnal Keuangan dan Perbankan.
17	Pengaruh Indikator Rasio Keuangan dan Respons Pasar Terhadap Harga Saham di Pasar Modal Indonesia pada Kondisi <i>Up Stream</i> dan <i>Down Stream</i> .	Volume: XI/02/2006.	Jurnal Terakreditasi: No. 55/DIKTI/Kep/2005. Jurnal Ekonomi
18	Pola Rasio Keuangan pada saat <i>Up Stream</i> dan <i>Down Stream</i> di Industri Real Estate.	Vol. 8, No. 1, Maret 2006.	Jurnal Terakreditasi: No. 55/DIKTI/Kep/2005. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan
19	Strategi Mendominasi Benak Konsumen dan Pasar melalui STV (<i>Strategi-Taktik-Value Triangle</i>).	Vol. 5 No. 2, September 2006.	Jurnal Terakreditasi No: No. 55/DIKTI/Kep/2005. Jurnal Manajemen dan Bisnis
20	Studi Banding Penyusunan Laporan Keuangan dengan Metode <i>Historical Cost Accounting</i> dan <i>General Price Level Accounting</i> pada Masa Inflasi.	Vol. 8 No. 2, November 2006.	Jurnal Terakreditasi: No. 56/DIKTI/Kep/2005. Jurnal Akuntansi dan Keuangan.
21	Indikator Rasio Keuangan sebagai Sistem Peringatan Dini dalam Industri Real Estate.	Vol. 9 No. 1, Desember 2006	Jurnal Terakreditasi No: 26/DIKTI/Kep/2005. Jurnal Ekonomi dan Bisnis

F. Pengalaman Penyampaian Makalah Secara Oral Pada Pertemuan Pertemuan / Seminar Ilmiah dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Pertemuan Ilmiah / Seminar	Waktu dan Tempat
1	Sektor-sektor Pembeda Antar Daya Saing Propinsi Yang Tinggi dengan Daya Saing Propinsi yang Rendah	Proceeding ISSN 2086-0390 Konferensi Nasional Riset Manajemen V	24 November 2011

2	Strategi Menambah Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) melalui pendidikan <i>entrepreneurship</i> untuk Menyongsong Tahun 2020.	Proceeding ISSN XXX Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis I	15 September 2011
3	Uji Interpretatif, Relevansi, dan Komparatif Laporan Keuangan	Proceeding ISSN XXXX Seminar Nasional	Mei 2011
4	Pengembangan Model Penyusunan Strategi Untuk Meningkatkan Daya Saing Program Studi <i>International Business Management</i> di Surabaya	Proceedings ISSN 1412-3525 5 th National Industrial Engineering Conference 2009 “Innovation and Technopreneurship for Improving National Economy”	2 Desember 2009
5	Membandingkan Kinerja Perusahaan dalam Menciptakan Nilai Tambah Kekayaan (<i>wealth added</i>) di Asean	Proceedings ISSN 2086-0390 The National Conference on Management Research	5 November 2009
6	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen untuk Menciptakan Perusahaan yang Bertumbuh Secara Berkelanjutan	Proceedings ISBN 978-979-99735-8-0 Seminar Nasional Manajemen Teknologi X – <i>Linking Technology Resources to Business Objectives</i>	1 Agustus 2009
7	Perancangan pengukuran <i>performance of business process</i> industri minuman beralkohol untuk tumbuh secara berkelanjutan	Jurnal ISSN 1412-1824 Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen	Vol 9 No. 1, Januari 2009
8	<i>Key Success Factors Which Influence Universities' Sustainable Growth In East Java Province</i>	CESHK Annual Conference 2009 “Post Colonial Education Development”	Macao, 17 January 2009
9	Studi Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> untuk Menciptakan <i>Sustainable Growth</i> di Indonesia	Proceedings ISSN 1978-6522 The 2 nd National Conference Faculty of Economics Widya Mandala Catholic University “Towards a New Indonesia Business Architecture Good Business & Good Ethics for Better Future”	September 6 th , 2008
10	Strategi <i>marketing</i> untuk industri minuman beralkohol di Indonesia (Studi pada Orang Tua group	<i>Proceeding</i> ISSN 1978-6522 The 1 st National Conference Faculty of Economics Widya	4 September 2008

	sebagai <i>market leader</i>).	Mandala Catholic University Surabaya	
11	Strategi <i>marketing</i> untuk industri minuman beralkohol di Indonesia (Studi pada Orang Tua group sebagai <i>market leader</i>).	<i>Proceeding</i> ISSN 1978-6522 The 1 st National Conference Faculty of Economics Widya Mandala Catholic University Surabaya	4 September 2008
12	Variabel-Variabel Ekonomi Makro yang Mempengaruhi Kesenambungan Fiskal di Indonesia.	<i>Proceeding</i> Simposium Nasional Riset dan Kebijakan Ekonomi Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga “Dampak Bencana Alam dan Lingkungan Terhadap Pengelolaan Ekonomi Indonesia”	20 - 21 Agustus 2008
13	<i>The Life Cycle of Indonesia Family Business</i>	<i>Proceeding</i> Seminar International “The First Asian Invitational Conference On Family Business” Indian School Of Business.	1 -3 Februari 2008
14	Pengetahuan Perilaku Konsumen untuk Merumuskan Strategi <i>marketing</i> yang Dinamis.	<i>Proceeding</i> Seminar Nasional manajemen Teknologi VII Institut Tehnologi Sepuluh November Surabaya ISBN 978-979-99735-4-2	2 Februari 2008
15	<i>Business Strategy For Indonesian's Bottled Water Industry</i>	<i>Proceeding</i> 1 st Parahyangan International Accounting and Business Conference 2008	February, 13 th - 15 th 2008
16	Strategi Peningkatan Kinerja dengan Menggunakan <i>Business Process Map</i> .	<i>Proceeding</i> ISBN: 978-979- 1334-20-4 Seminar Nasional Teknologi IV “Penerapan Teknologi untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat secara Berkelanjutan.	Buku 3 5 April 2008
17	Penentuan <i>Key-Success Factors</i> Industri Air Minum Dalam Kemasan Untuk Menciptakan <i>Sustainability Growth</i> .	<i>Proceedings</i> Seminar Nasional Manajemen Bisnis Indonesia ke 2 “Pembaharuan Manajemen Bisnis Indonesia” STIM Prasetiya Mulya Jakarta	7 – 8 Mei 2008
19	Strategi Mitigasi dan Adaptasi	Prosiding ISBN 978-979-	24 Mei 2008

	untuk Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan di Era <i>Carbonomics</i> paradigma	18106-0-9 Seminar Nasional Lingkungan Hidup “Peran dan Kontribusi Masyarakat dalam Mitigasi Global Warming”	
20	Merancang Pengukuran <i>Performance of Business Process</i> Industri Air Minum Dalam Kemasan Untuk Menciptakan <i>Sustainability Growth</i> .	Prosiding ISBN 978-979-1317-99-3 Simposium Nasional Hasil Riset Ekonomi dan Bisnis Asosiasi Perguruan Tinggi Katalok (APTIK) 2008	Juni 2008
21	Integrasi iman dan ilmu dalam pendidikan kewirausahaan	Prosiding ISBN 978-979-18106-1-6 Konferensi Nasional Integrasi Iman – Ilmu	1 Juli 2008
22	Strategi Ketahanan Pangan Menghadapi <i>Global Warming</i> dan Keterbatasan Energi di Era Globalisasi.	Prosiding ISBN 978-979-8481-03-1 Sidang Pleno XIII dan Seminar Nasional Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia “Memperkuat Ketahanan Pangan dan Energi Nasional dalam Era Persaingan Global”	17 – 18 Juli 2008
23	Identifikasi <i>Key Success Factor</i> Industri Minuman Beralkohol Untuk Tumbuh secara Berkelanjutan	Proceeding ISBN: 978-979-16976-0-6. Seminar Nasional “SMART Membaca Jaman dalam Perspektif Manajemen” Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha.	3 November 2007

G. Pengalaman Penulisan Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1	Manajemen Distribusi : Old Distribution Channel and Postmo Ditribution Channel Approach (ISBN 978-979-756-512-1)	2011	248	Graha Ilmu
2	Manajemen Investasi (ISBN 978-979-756-609-8)	2010	298	Graha Ilmu
3	Manajemen Eksekusi Bisnis (ISBN 978-979-756-607-4)	2010	280	Graha Ilmu
4	Manajemen Keuangan: Based on Empirical Research (ISBN 978-979-756-533-6)	2009	276	Graha Ilmu
5	Manajemen Strategi: Meningkatkan keunggulan	2009	325	Graha Ilmu

	Bersaing Era Global di Indonesia berbasis Kewirausahaan (ISBN 978-979-756-468-1)			
--	--	--	--	--

H. Pengalaman Perolehan HKI dalam 5-10 Tahun Terakhir

No	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1	Manajemen Distribusi : Old Distribution Channel and Postmo Ditribution Channel Approach	2011	Hak Cipta	ISBN 978-979-756-512-1
2	Manajemen Investasi	2010	Hak Cipta	ISBN 978-979-756-609-8
3	Manajemen Eksekusi Bisnis	2010	Hak Cipta	ISBN 978-979-756-607-4
4	Manajemen Keuangan: Based on Empirical Research	2009	Hak Cipta	ISBN 978-979-756-533-6
5	Manajemen Strategi: Meningkatkan keunggulan Bersaing Era Global di Indonesia berbasis Kewirausahaan	2009	Hak Cipta	ISBN 978-979-756-468-1

I. Pengalaman merumuskan Kebijakan Publik/ Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul/ Tema/ Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respons Masyarakat
-	-	-	-	-

J. Penghargaan yang Pernah Diraih dalam 10 tahun terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)

No	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1	Hibah Riset Andalan Perguruan Tinggi dan Industri	DIKTI - KOPERTIS VII	2012
2	Hibah Penelitian Unggulan Universitas Ciputra	DIKTI - KOPERTIS VII	2012
3	Hibah penulisan buku ajar yaitu Manajemen Keuangan dan Manajemen Strategi	DIKTI - Keputusan Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan No. 87/DIKTI/Kep/2011 tgl 6 Desember 2011	2011
4	Paper terbaik dalam <i>call for paper</i> pada dengan judul paper "Strategi	Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis I di Universitas	2011

	Menambah Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Pendidikan <i>Entrepreneurship</i> Untuk Menyongsong Tahun 2020”	Tarumanagara pada tanggal 15 September 2011.	
5	Juara I Dosen Berprestasi Peningkatan Pengabdian pada Masyarakat	Kopertis VII	2009
6	Juara harapan II di Bank Indonesia, menjadi salah satu dari 3 paper pilihan yang dipresentasikan dalam Sidang Pleno Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia di Mataram (NTB)	Bank Indonesia	
7	Menjadi paper pilihan yang dipresentasikan dalam sidang pleno di <i>Family Business Conference</i> di School of India Business.	School of India Business	

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyamanan, saya sanggup menerima resikonya.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Hibah Unggulan Perguruan Tinggi.

Surabaya, 5 November 2014
Pengusul,

David Sukardi Kodrat

BIODATA ANGGOTA PENELITI

A. IDENTITAS DIRI

1	Nama Lengkap	Wina Christina, SE., MM., CEP.
2	Jabatan Fungsional	Lektor
3	Jabatan Struktural	Dosen Tetap
4	NIK	00009012
5	NIDN	718068402
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Kediri, 18 Juni 1984
7	Alamat Rumah	Central Park Gunung Anyar E-8, Surabaya
9	No. Tlp/Faks	031-8791051
10	Alamat Kantor	UC Town – Citraland
11	No. Tlp/ Faks	031-7451699 / 031-7451698
12	Alamat Email	Wchristina@ciputra.ac.id
13	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S-1 = orang; S2 = - orang; S-3 ; - orang
14	Mata Kuliah yang Diampu	1. Manajemen
		2. Matematika Bisnis
		3. Manajemen Pemasaran
		4. Manajemen Produk

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	Universitas Surabaya	-
Bidang Ilmu	Manajemen	Manajemen	
Tahun Masuk – Lulusan	2002 – 2006	2006 – 2008	
Judul	Roles of Customer	Kategori Pengambilan	

Skripsi/Thesis/Disertasi	Knowledge and Complaint Management in Achieving Customer Satisfaction	Keputusan Keluarga di Surabaya: Melalui Eksplorasi pengambilan Keputusan Keluarga berdasarkan Jenjang Kelas Sosial	
Nama Pembimbing/Promotor	Mahestu Noviandra, SE., M.Sc.IB	Indarini, SE., MM.	

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Juta Rp)
1	2013	Pengembangan Model Pendidikan <i>Entrepreneurship</i> Berbasis Project (tahun 1)	DIKTI	65.000.000
2	2014	Pengembangan Model Pendidikan <i>Entrepreneurship</i> Berbasis Project (tahun 2)	DIKTI	69.021.000
3	2011	Analisis Faktor yang mempengaruhi sikap kewirausahaan pada etnik cina di indonesia	DIKTI	48.000.000

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Juta Rp)
1	2009	Talkshow di Radio Sonora		

E. Pengalaman Penulisan Artikel Ilmiah Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Volume/ Nomor/Tahun	Nama Jurnal
1	Kategori pengambilan keputusan keluarga melalui ekplorasi pengambilan keputusan keluarga berdasarkan jejaring kelas sosial	Vol. 10 no.1	Jurnal terakreditasi Manajemen dan Bisnis

F. Pengalaman Penyampaian Makalah Secara Oral Pada Pertemuan / Seminar Ilmiah dalam 5 Tahun Terakhir

No	Nama Pertemuan Ilmiah / Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1	Global Management Conference	Influence of Dynamic Environmental Changes in Global Oil Industry	27 april -1 may 2010

2	IICIES 2009	Mempreneur's Behavior in Surabaya	Bandung, 20-23 Jul 2009
3	International seminar on industrial engineering and management (ISIEM)	Customer Relationship management (CRM): roles of customer Knowledge and Complaint Management in Achieving Customer satisfaction	1-4 des 2010

G. Pengalaman Penulisan Buku dalam 5 Tahun Terakhir

-

H. Pengalaman Perolehan HKI dalam 5-10 Tahun Terakhir

-

I. Pengalaman merumuskan Kebijakan Publik/ Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir

-

J. Penghargaan yang Pernah Diraih dalam 10 tahun terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)

-

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyamanan, saya sanggup menerima resikonya.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Hibah Unggulan Perguruan Tinggi

Surabaya, 5 November 2014
Pengusul,

Wina Christina