

PENCIPTAAN ENTREPRENEUR KOMPETITIF MELALUI PENGOPTIMALAN OTAK KANAN (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UTM)

Oleh:

R.M. Moch. Wispandono

Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura

e-mail: m_wispandono@yahoo.com

Abstrak

Otak kanan perlu dioptimalkan penggunaannya untuk berbagai kepentingan manusia, di antaranya untuk kepentingan orang dalam menjalankan bisnis. Hal ini karena selain menggunakan otak kiri untuk berfikir pada hal-hal yang bersifat hitungan matematika dan ekonomi dalam menjalankan bisnis, otak kanan juga diperlukan untuk penciptaan hal-hal yang bersifat strategis dalam menjalankan bisnis. Studi ini merupakan studi kualitatif berdasarkan penelitian terhadap mahasiswa yang telah menerima bantuan dana Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) di lingkungan Universitas Trunojoyo Madura. Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang telah menerima bantuan dana sejak beberapa tahun yang lalu sedangkan sampel yang diambil secara purposive random sampling diarahkan terhadap mahasiswa yang telah sukses menjadi entrepreneur berdasarkan kriteria yang ditetapkan Depdiknas (bud). Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan berdasarkan pengalaman responden terhadap keberhasilan dalam menjalankan bisnis dengan mengoptimalkan penggunaan otak kanan. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa pada dasarnya kesuksesan mereka menjadi entrepreneur tidak terlepas dari pengoptimalan penggunaan otak kanan. Menurut mereka bahwa dalam menjalankan bisnis dan untuk bisa bersaing dengan pebisnis lainnya tidak bisa hanya mengandalkan modal (dana) saja tetapi juga harus bisa menciptakan strategi yang kompetitif. Penciptaan strategi yang kompetitif diperoleh dari pengoptimalan penggunaan otak kanan, seperti penciptaan strategi diferensiasi. Strategi diferensiasi menurut mereka perlu dilakukan dengan membuat produk atau jasa dan layanan yang berbeda dengan produk atau jasa yang diciptakan oleh pesaing.

Kata Kunci : Otak kanan, Entrepreneur, Kompetitif, Diferensiasi

Abstract

Use the right brain needs to be optimized for a variety of human interests, among them for the benefit of running a business. This is because of in addition to using the left brain to think on things that are a matter of mathematics and economics of running a business, the right brain is also necessary for the creation of the things that are strategic to the business. This study was a qualitative study based on a study of students who have received support Program Mahasiswa Wirausaha/PMW (Entrepreneur Student Program) at the Madura Trunojoyo University. The population was all students who have received funding from several years ago while samples taken at random purposive sampling is directed toward students who have successfully become

entrepreneurs based on Depdikbud(Nas) criteria. The purpose of this study was to describe the respondents' experience in running a successful business by optimizing the use of the right brain. Based on the results of the study found that they essentially become an entrepreneur's success is inseparable from optimizing the use of the right brain. According to them that in running a business and to compete with other businesses can not rely solely on capital (funds), but also be able to create a competitive strategy. Creation of competitive strategies derived from optimizing the use of the right brain, such as the creation of the differentiation strategy. Differentiation strategies they need to be done by making a different product or service and with a product or service created by the competitors.

Key Words : Right brain, Entrepreneur, Competitive, Differentiation.

PENDAHULUAN

Mahasiswa merupakan salah satu anggota masyarakat ilmiah yang memikul tugas tidak saja menuntut ilmu di perguruan tinggi kemudian menerapkannya dalam penelitian yang hasil-hasilnya bisa ditularkan untuk kepentingan peningkatan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan tetapi juga mahasiswa dituntut untuk secara individu bisa mandiri dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu upaya untuk mendorong mahasiswa bisa mandiri adalah melalui pengenalan dan penerapan Program Mahasiswa Usaha (Entrepreneurship) yang telah menjadi agenda Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI sejak beberapa tahun lalu.

Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) yang telah dicanangkan dan dianggarkan sejak tahun 2009 bertujuan untuk memberikan bekal pengetahuan, keterampilan dan jiwa wirausaha (entrepreneurship) dengan berbasis pada IPTEKS. *Entrepreneurship* merupakan kegiatan yang menghasilkan inovasi baik berupa produk barang dan jasa maupun proses produksi barang dan jasa. Sebagai contoh, dalam dunia pendidikan, produk atau proses tersebut dapat berupa pengajaran dan pembelajaran, riset, *knowledge transfer*, kurikulum baru, dan perubahan kualitas alumni.

Harapan dari diadakannya program PMW adalah agar para mahasiswa menjadi pengusaha yang tangguh dan sukses menghadapi persaingan global saat ini dan di masa mendatang. Program ini juga bertujuan untuk mengembangkan kelembagaan pada perguruan tinggi yang dapat mendukung pengembangan program-program kewirausahaan. Sebagai hasil akhir, diharapkan terjadinya penurunan angka pengangguran lulusan pendidikan tinggi yang pada kenyataannya menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun (Depdiknas, 2010).

Program Mahasiswa Wirausaha (PMW), sebagai bagian dari strategi pendidikan di Perguruan Tinggi, dimaksudkan untuk memfasilitasi para mahasiswa yang mempunyai minat berwirausaha dan memulai usaha dengan basis ilmu pengetahuan, teknologi dan seni. Fasilitas yang diberikan meliputi pendidikan dan pelatihan kewirausahaan magang, penyusunan rencana bisnis, dukungan permodalan dan pendampingan usaha. Program ini diharapkan mampu mendukung visi-misi pemerintah dalam mewujudkan kemandirian bangsa melalui penciptaan lapangan kerja dan pemberdayaan.

Harapan dan sasaran akhir program ini bisa terwujud kalau para mahasiswa penerima bantuan program ini bisa mengoptimalkan penggunaan otak kanan selain penggunaan otak kiri. Otak kiri lebih cenderung digunakan untuk berfikir logis atau analitis, misal hitungan, penilaian, bahasa verbal, linear, menganalisis, menghafal, atau

lebih identik dengan penalaran. Sedangkan otak kanan lebih cenderung digunakan untuk berfikir kreatif, misalnya menghayal, intuisi, mengarang lagu, musik, atau lebih identik dengan daya seni. Berfikir kreatif adalah proses berpikir yang menghasilkan gagasan asli atau orisinal, konstruktif, dan menekankan pada aspek intuitif dan rasional (Johnson, 2000). Berfikir kreatif dapat diasah atau dioptimalkan dengan banyak berkreasi misalnya bermain gitar, mengarang lagu, melukis, bernyanyi, dan menghayal atau berimajinasi.

Bagi seorang pebisnis selain pengoptimalan penggunaan otak kiri, pengoptimalan penggunaan otak kanan juga sangat diperlukan. Hal ini karena pebisnis dalam menjalankan roda bisnisnya selalu dihadapkan pada kondisi persaingan dengan pebisnis lainnya dalam merebut "kue" yang ada di pasar. Kondisi persaingan yang semakin tajam memaksa pebisnis harus memutar otak seribu kali untuk bisa memenangkan persaingan. Di sinilah peran otak kanan yang bisa membantu berfikir kreatif untuk menemukan strategi dalam mengatasi persaingan.

Salah satu contoh pebisnis yang sukses dalam menjalankan roda bisnisnya dengan keunikan berpikir otak kanan (yang berpikir terbalik – lawannya berpikir otak kiri yang urut, logis) adalah Google. Ketika banyak orang menjual produknya dengan berbagai macam harga, ketika banyak orang menjual service-nya dengan harga premium melambung, Google malah menawarkan produknya dengan gratis. Harga produk layanan google adalah gratis. Layanan utama google adalah search engine – mesin pencarian di internet – yang gratis bagi siapa pun. Google telah berpikir kreatif dengan menggunakan otak kanan. Google berpikir terbalik dari umumnya orang berpikir. Harga layanan yang bagus tentulah mesti mahal. Tetapi google dengan gaya berpikir otak kanannya malah berpikir sebaliknya: memberikan layanan kualitas tinggi dengan harga 0 atau gratis.

METODA

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi deskriptif. Data yang dikumpulkan, disusun, dijelaskan, dan selanjutnya dilakukan analisis dengan pendekatan *Ex post facto*. *Ex post facto* artinya data yang dikumpulkan setelah semua kejadian berlangsung (Nazir, 1999). Studi ini berusaha mendeskripsikan penggunaan otak kanan dalam mendorong terciptanya entrepreneur yang kompetitif melalui studi pada kondisi empiris yang berkaitan dengan fenomena tersebut.

Kriteria Informan

Pemilihan individu-individu yang menjadi informan didasarkan pada kriteria sebagaimana yang telah dikatakan oleh Bungin (2007: 54) yang dikutip oleh Kurniawati (2009), bahwa informan merupakan individu yang telah cukup lama dan intensif menyatu dengan kegiatan atau medan aktivitas yang menyatu dengan sasaran penelitian.

Data informan diperoleh dari pengelola PMW Universitas Trunojoyo Madura dengan mendasarkan pada kriteria mahasiswa yang berhasil menjalankan PMW yang ditetapkan oleh Dirjen Dikti Depdiknas (sekarang Depdikbud). Kriteria tersebut di antaranya adalah terbentuknya jejaring bisnis, meningkatnya jangkauan pasar, terkendalinya kelancaran cash flow, meningkatnya jumlah dan kualitas tenaga kerja, dan

meningkatkan omzet dan asset. Informan diambil tiga terbesar yang berhasil meraih kriteria tersebut di atas.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara kepada mahasiswa yang sukses dalam menjalankan bisnisnya. Wawancara dalam penelitian kualitatif sifatnya mendalam karena ingin mengeksplorasi informasi secara holistik dan jelas dari informan. Bentuk wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur, dilakukan sedemikian rupa sehingga dalam memberikan informasi, para informan tidak mempersiapkan informasi terlebih dahulu, serta dapat memberikan penjelasan apa adanya.

Hasil penelitian dari observasi atau wawancara akan lebih kredibel atau dapat dipercaya kalau didukung oleh dokumen. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, biasanya dapat berbentuk gambar, tulisan, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2008: 82). Peneliti melakukan pengumpulan dokumen-dokumen untuk menunjang penelitian yang dikumpulkan dari pengelola PMW Universitas Trunojoyo Madura.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini data dikelompokkan berdasarkan hasil wawancara, catatan lapangan (dokumen), bahan-bahan, dan observasi, dan hasilnya dianalisis dengan mengkaitkan teori. Analisis dilakukan sepanjang penelitian dan dilakukan secara terus-menerus dari awal sampai akhir penelitian dengan langkah-langkah analisis (Ian Dey dalam Moleong, 2006):

1. Mengadakan seleksi data yang telah terkumpul serta mencocokkan dengan data yang menunjang pada studi ini.
2. Mengklasifikasi data yang telah diseleksi
3. Penganalisisan data yang sudah diklasifikasikan tersebut kemudian dilakukan pengkajian dan penelaahan substansi, metodologi, dan penyajian.
4. Mencari hubungan timbal-balik antara data-data yang diamati.
5. Menarik kesimpulan. Berdasarkan data yang terkumpul dan telah dianalisis, peneliti mencari makna dari setiap gejala yang diperoleh selama proses penelitian.

PEMBAHASAN

Pengertian Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar (Depdiknas, 2010). Berdasarkan pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa kewirausahaan merupakan suatu proses kreativitas dan inovasi yang mempunyai risiko tinggi untuk menghasilkan nilai tambah bagi produk yang bermanfaat bagi masyarakat dan mendatangkan kemakmuran bagi wirausahawan. Kewirausahaan itu dapat dipelajari walaupun ada juga orang-orang tertentu yang mempunyai bakat dalam hal kewirausahaan. Kewirausahaan yang dapat dipelajari ditempuh dengan membangun

strategi pendidikan yang diwujudkan dalam PMW yang bertujuan membentuk softskill agar berperilaku sesuai karakter wirausaha.

Kurikulum di Universitas Trunojoyo Madura telah memasukkan mata kuliah kewirausahaan sebagai upaya pihak universitas untuk merangsang tumbuhnya calon wirausahawan dan membekali mereka dengan pengetahuan dan keterampilan yang memadai di bidang kewirausahaan. Mahasiswa menempuh mata kuliah ini selama satu semester dengan harapan setelah menempuh mata kuliah ini mereka mampu berwirausaha dan bisa sukses dalam menjalankan bisnisnya.

Temuan I: Keberhasilan Menjadi Seorang Entrepreneur

Menjadi seorang entrepreneur yang sukses bukanlah usaha yang mudah dilakukan. Untuk menjadi seorang entrepreneur yang sukses harus berjuang keras dan memiliki karakter individu yang mendukungnya. Karakter individu yang dimaksud tersebut adalah: keberanian mengambil risiko, keinginan untuk otonomi, semangat untuk meraih prestasi, berorientasi pada tujuan, memiliki internal locus of control yang kuat (Kuratko, D.F., dan Welsch dalam Sjamsul Arifin, 2011).

Ketika hal-hal tersebut ditanyakan kepada para informan melalui interview yang dilakukan oleh peneliti, terdapat berbagai aneka ragam jawaban yang dapat dirangkum sebagai berikut:

Menurut Agus (bukan nama sebenarnya):

”Saya berfikir bahwa pada saat awal saya membuka usaha (bisnis) merasa bingung karena saya tidak punya pengalaman berbisnis. Namun saya bertekad dan berjuang keras untuk menggerakkan roda bisnis yang saya geluti ditambah dengan keberanian mengambil risiko dan semangat untuk meraih prestasi (kesuksesan) berbisnis. Hal ini juga didasari oleh keinginan kuat saya untuk bisa mandiri, independensi, atau tidak tergantung pada orang lain dalam berbisnis.”

Menurut Rianti (bukan nama sebenarnya):

”Satu hal yang saya kuatirkan ketika menjelang pertama kali menjalankan bisnis waktu itu adalah takut menghadapi kegagalan. Namun berhubung ketika kuliah saya pernah mengambil mata kuliah Manajemen perubahan yang disugahi bahasan bahwa pada dasarnya orang tidak boleh takut gagal dalam melakukan perubahan maka muncullah keberanian saya untuk memulai bisnis dengan segala risiko yang sudah saya perhitungkan akan terjadi. Apalagi saya termasuk tipe orang yang tidak mau tinggal diam dan selalu ingin meraih prestasi dalam mencapai tujuan”

Menurut Bayu (Nama samaran):

”Sejak kecil saya dididik oleh orang tua untuk bisa hidup mandiri. Untuk itu mereka telah membentuk sikap mental kepada saya untuk terus berjuang meraih tujuan, berprestasi dan berani mengambil risiko dengan tetap mengedepankan bagaimana bisa meminimalisasi risiko”

Rangkuman jawaban dari berbagai pertanyaan di atas menunjukkan bahwa mahasiswa yang sukses dalam menjalankan bisnis pada dasarnya dilandasi oleh karakter individu yang melekat yang dicirikan oleh seorang entrepreneur. Hal ini sesuai seperti yang dikemukakan oleh Kuratko, D.F., dan Welsch dalam Sjamsul Arifin, 2011.

Temuan II: Optimalisasi Penggunaan Otak Kanan

Dalam perjalanan studi mahasiswa lebih banyak menggunakan otak kiri untuk menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi yang menuntut mereka untuk berpikir logis, realistis, analitis, dan segmental. Pada saat yang bersamaan ketika mereka dalam menjalankan bisnisnya juga dituntut untuk bisa mengoptimalkan otak kanannya untuk bisa berkreasi, imajinatif, intuitif, dan holistik.

Otak kanan memiliki fungsi dan peran yang tidak kalah pentingnya dengan otak kiri. Orang-orang yang sukses, seperti Steve Job (pemilik Apple) dan Google lebih banyak menggunakan otak kanan dalam menjalankan bisnis. Otak kanan bagaikan tombol percepatan kreativitas dan saklar menuju kesuksesan dan kekayaan. Bahkan, fakta menunjukkan bahwa 88,8% kesuksesan dan kemenangan ditentukan oleh otak kanan (Robiah Awamy, 2012). Tidak berbeda dengan mereka, ternyata dari studi ini ditemukan fakta-fakta sebagai berikut:

Menurut Agus (bukan nama sebenarnya):

”Berhubung bisnis yang saya jalani di bidang jasa pengetikan dan persewaan komputer di sekitar kampus banyak yang menggeluti, maka saya harus memutar otak berulang kali untuk bisa menemukan strategi yang bisa menarik pelanggan sebanyak mungkin ke tempat usaha saya. Alhamdulillah setelah saya mencoba untuk berkreasi dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan (seperti dengan bersedia ambil dan antar konsep yang mau diketik), banyak di antara mereka yang loyal menjadi pelanggan setia saya. Bahkan pelanggan baru semakin banyak”

Menurut Rianti (bukan nama sebenarnya):

”Bisnis di bidang makan (makanan dan minuman) di kampus cukup menjanjikan karena pelanggannya banyak sekali, yaitu mahasiswa, dosen dan karyawan. Namun demikian jumlah pesaingnya juga banyak sehingga saya harus berpikir bagaimana bisa menarik pelanggan lebih banyak lagi untuk mau makan/minum di cafe saya. Kalau saya menyediakan hidangan makanan/minuman yang sama seperti pesaing saya dan saya memberikan pelayanan yang juga sama dengan mereka maka belum tentu pelanggan saya akan bertambah, bahkan mungkin malah berkurang. Untuk itu saya mulai memutuskan untuk berpikir dan bertindak secara berbeda dalam memberikan layanan kepada pelanggan, seperti menyediakan makanan nasi rawon yang cita rasanya berbeda dengan lainnya dengan nama rawon mules. Awalnya mereka mencaci maki rawon yang saya hidangkan dan saya terima dengan hati lapang cacian itu serta bisa saya maklumi. Namun setelah sekian lama ternyata rawon tersebut menjadi makanan idola pelanggan saya yang jumlahnya semakin banyak”.

Menurut Bayu (bukan nama sebenarnya):

”Saya termasuk tipe orang yang mudah bergaul dan menarik perhatian dengan siapa saja karena saya termasuk orang yang mudah memaafkan, termasuk kalau di kampus saya juga bisa menarik perhatian para dosen. Kelebihan ini saya manfaatkan untuk menjalankan bisnis foto copian yang saya geluti. Saya berpikir untuk mengembangkan bisnis maka harus melakukan sesuatu yang berbeda

dengan lainnya. Caranya saya harus jemput bola dan bisa memahami kebutuhan pemakai jasa saya. Saya berusaha untuk pinjam buku/hand out, atau catatan perkuliahan yang digunakan dosen kemudian saya perbanyak di tempat foto copian saya. Saya umumkan kepada teman-teman saya kalau membutuhkan buku/hand out atau catatan kuliah bisa mengambil di tempat foto copian saya.”

Berdasarkan rangkuman jawaban mereka dapat dinyatakan bahwa pada dasarnya mereka dalam menjalankan bisnisnya lebih banyak mengoptimalkan penggunaan otak kanan untuk bisa bersaing dengan pesaingnya. Hal ini bisa dilihat dari bagaimana mereka berpikir secara berbeda dibandingkan pesaingnya. Berpikir secara berbeda dari pada orang-orang pada umumnya merupakan salah satu ciri dari penggunaan otak kanan. Selain itu penggunaan otak kanan juga dapat dicirikan dari mereka yang suka memaafkan orang lain dan selalu berimajinasi dalam berbisnis.

KESIMPULAN

Keberhasilan menjadi seorang entrepreneur sangat ditopang oleh upaya kerja keras dan karakter individu yang mendukungnya. Berdasarkan hasil studi terhadap ketiga mahasiswa yang berhasil menjadi seorang entrepreneur seperti yang dikriteriakan oleh Dirjen Dikti ternyata mereka selain memiliki karakter individu seperti keberanian mengambil risiko, keinginan untuk otonomi, semangat untuk meraih prestasi, berorientasi pada tujuan, memiliki internal locus of control yang kuat, ternyata mereka juga mengasah dan menggunakan otak kanan secara optimal untuk sukses menjalankan bisnis.

Penggunaan otak kanan secara optimal sangat diperlukan oleh mereka ketika mereka harus bisa menciptakan strategi bersaing yang kompetitif melalui penciptaan strategi differensiasi. Strategi differensiasi menurut mereka perlu dilakukan dengan membuat produk atau jasa dan layanan yang berbeda dengan produk atau jasa yang diciptakan oleh pesaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., 1991, The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Development Process* 50, 179-211
- Cheng, Ming Yu dan Cheryl Chan,, *Entrepreneurship in Malaysia*, Multimedia University, Malaysia, mycheng@mmu.edu.my; mychengmy@yahoo.com
- David A., 2006, *Creating Entrepreneurial Universities in the UK: Applying Entrepreneurship Theory to Practice*, School of Management, University of Surrey, Guildford Surrey, Surrey, GU2 5XH, UK, *Journal of Technology Transfer*, 31, 599-603, 2006
- Durkan, Therese, 2005, *Entrepreneurial Behavior among Larger Companies in the New Zealand Retail Sector – An Investigation into the Value of Corporate Entrepreneurship*, Nunitec, New Zealand

- Fiet, James O., 2000, The Theoretical Side of Teaching Entrepreneurship, Journal of Business Venturing, 16, I – 24, Elsevier Science Inc.
- Guth, W.D. dan Ginsberg, A., 1990, Guest Editors' introduction: Corporate Entrepreneurship, Strategic Management Review, II (Special Issue, 5-15, Summer)
- Ippho Santoso PhG, 2012. 13 Wasiat Terlarang! Dahsyat dengan Otak Kanan. Cetakan ke 18. Penerbit PT Elex Media Komputindo (Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Johnson, 2000. Berfikir Kreatif. Terjemahan, Cetakan kedua, Penerbit Salemba, Jakarta.
- Keat, Ooi Yeng, Christopher Selvarajah, Denny Meyer, 2011, Inclination Towards Entrepreneurship among University Students: An Empirical Study of Malaysian University Students, International Journal of Business and Social Science, Vol. 2 No. 4, March 2011.
- Kementerian Pendidikan Nasional, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Direktorat Kelembagaan, 2010. PEDOMAN PROGRAM MAHASISWA WIRAUSAHA. Jakarta.
- Kirby, David A., 2006, Creating Entrepreneurial Universities in the UK: Applying Entrepreneurship Theory to Practice, Journal of Technology Transfer, 31, 599-603.
- Kuratko, D.F., dan Welsch, 2001, Strategic Entrepreneurial Growth, Fort Worth, MO, Hartcourt Publisher
- Lewin, Kurt, 1947, Frontiers in Group Dynamics, Human Relations, 1: 2-38
- Mason, Cordelia,, Entrepreneurship Education and Research: Emerging Trends and Concerns, International School of Entrepreneurship, University of Kuala Lumpur
- Robiah Awamy, 2012. Jebol Pintu Sukses dengan Otak Kanan. Cetakan Pertama, Penerbit Diva, Jakarta.
- Shetty, P., 2004, Attitude towards Entrepreneurship in Organizations, Journal of Entrepreneurship, 13(1), 53-68
- Siswoyo, Bambang Banu, 2009, Pengembangan Jiwa Kewirausahaan di Kalangan Dosen dan Mahasiswa, makalah disampaikan pada Dies Natalis IKIP PGRI Madiun ke XXXIV 13 Juni 2009.
- Sjamsul Arifin, 2011. Pengembangan Pendidikan Berbasis Intrapreneurship: Akulturasi Sikap Intrapreneurship Dalam Dunia Pendidikan. Makalah, Disampaikan pada acara Seminar Nasional Di Universitas Negeri Malang.
- Sugiyono. 2008. Memahami Pendekatan Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Tambuinan, Kristina Hartono, 2011, Perguruan Tinggi Berorientasi Kewirausahaan: Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan kewirausahaan Sosial Bagi Kinerja Perguruan Tinggi di Indonesia, Draft Disertasi Doktoral, FEUI, Depok.