

**PERSEPSI NASABAH TERHADAP LAYANANSATPAM, CSO, DAN TELLER  
PADA BANK SWASTA NASIONAL**

**Oleh :**

**Iman Sidik Nusannas. SS., ME**

**(Program Studi Manajemen – STIE DR.KHEZ Muttaqien Purwakarta)**

**PENDAHULUAN**

Pelayanan terhadap nasabah merupakan hal penting dalam bisnis perbankan. Sesuai fungsi pokok bank yaitu menerima simpanan nasabah, menyalurkan kembali simpanan yang terkumpul dalam bentuk kredit, dan melakukan pelayanan atas jasa dan produk yang dimiliki bank. Fungsi pokok bank nomor tiga itu yang membuat bank berlomba-lomba meningkatkan layanan kepada para nasabahnya.

Kegiatan meningkatkan layanan nasabah oleh pihak bank, merupakan kegiatan yang terus menerus dilakukan mengingat layanan adalah hal yang tidak dapat diukur secara matematis. Layanan selalu berubah sejalan dengan perubahan persepsi nasabah terhadap layanan itu sendiri. Dalam industri perbankan terdapat hal-hal yang dapat diduplikasi dan tidak dapat diduplikasi. Hal yang dapat diduplikasi adalah teknologi, sistem, bangunan, lay out dan sistem prosedur yang digunakan. Sedangkan yang tidak dapat diduplikasi adalah layanan yang menyangkut pelayanan antara pegawai bank dengan nasabah. Sisi pelayanan ini lah yang seringkali menjadi pembeda antara satu bank dengan bank lainnya, dan terus berubah. Sehingga terdapat ungkapan bahwa layanan

itu tidak pernah ada yang terbaik, yang ada adalah yang lebih baik.

Pelaksana layanan adalah para personel yang terdiri dari seluruh karyawan bank mulai dari *frontliner* (garda depan), *back officer* (garda belakang), *account officer* (pemasar) sampai dengan kepala cabang bank yang bersangkutan, didukung dengan seperangkat bantuan dari divisi terkait hingga ke direksi. Pelaksanaan layanan diberikan kepada nasabah dari berbagai kalangan dan keperluan, yaitu kepada nasabah yang memerlukan layanan teller (setor dan tarik tunai), Customer service officer (layanan pembukaan, penutupan rekening, dan pendaftaran fasilitas perbankan terkait rekening). Layanan kredit diberikan oleh Account officer yang diadministrasikan oleh bagian administrasi kredit dan disetujui oleh Kepala Cabang.

*Issue* yang penting dan hangat di dunia perbankan adalah layanan yang diberikan oleh pelaksana layanan di garda depan yang diwakili oleh satpam, CSO, dan Teller. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan perumusan masalah sbb:

1. Bagaimana persepsi nasabah terhadap layanan Satpam

2. Bagaimana persepsi nasabah terhadap layanan CSO
3. Bagaimana persepsi nasabah terhadap layanan Teller
4. Bagaimanan persepsi nasabah terhadap layanan satpam, CSO, dan Teller secara simultan

Penelitian ini diharapkan dapat menjawab pesepsi nasabah terhadap layanan satpam, CSO, dan Teller baik secara parsial maupun simultan.

## **OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian mengenai layanan ini dilakukan pada sebuah bank swasta nasional yang dalam kegiatan sehari-harinya dipadati pengunjung yang bertransaksi di Teller dan CSO.

Hal penting pertama yang dialami nasabah yang bertransaksi di kedua tempat tersebut adalah antrian, dimana nasabah harus antri sejak masuk ke gedung bank tersebut. Nasabah rela bertransaksi di bank tersebut meskipun harus menunggu berjam-jam. Pada proses pelayanan, nasabah diterima atau disambut oleh Satpam yang mengarahkan untuk mengisi slip transaksi, kemudian diberi nomor antrian sesuai jenis transaksi yang hendak dilakukan yaitu antrian untuk Teller dan untuk CSO.

Metodologi yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode survey dengan melibatkan sekira 400 nasabah yang bertransaksi di counter teller dan CSO selama rentang waktu 1 – 31 Oktober 2013. Kuesioner setiap hari selama penelitian, diberikan kepada 10 nasabah yang

bertransaksi di teller dan 10 kepada nasabah yang bertransaksi di CSO. Sampel diambil secara acak, sesuai keberadaan nasabah yang bertransaksi.

Setiap nasabah diberikan satu pertanyaan untuk menilai layanan satpam, tiga pertanyaan untuk menilai layanan teller dan 4 pertanyaan untuk menilai layanan CSO. Sedangkan untuk keseluruhan kepuasan layanan cabang diberikan sebelas pertanyaan berdasarkan CE11 yang dikeluarkan oleh Gallup, sebuah lembaga riset internasional yang mengukur kepuasan layanan nasabah bagi lembaga keuangan. Nasabah yang bertransaksi di Teller tidak diberikan pertanyaan mengenai CSO demikian pula nasabah yang bertransaksi di CSO tidak diberikan pertanyaan mengenai Teller. Pertanyaan umumnya diberikan kepada nasabah mengenai satpam, teller atau CSO dan CE 11.

Hasil survey kemudian direkap per hari dan direkap per bulan sehingga didapatkan hasil dari 400 responden mengenai layanan di bank tersebut. Responden juga diberikan pertanyaan terbuka yang harus diisi sehubungan dengan peningkatan layanan yang diperlukan oleh bank tersebut dalam rangka meningkatkan layanan menurut persepsi nasabah. Pertanyaan untuk responden diukur dengan skala 1-5 dimana 1 adalah paling jelek dan 5 adalah paling bagus.

## **HASIL PENELITIAN**

Setelah dilakukan survey berupa wawancara dan pengisian angket kepada 400 orang nasabah, yang dilakukan sejak tanggal 1 Oktober 2013 sampai dengan 31 Oktober 2013. Maka diperoleh hasil sebagai berikut:

No	Unit	Persentase				
		1	2	3	4	5
	<b>CE 11</b>					
1	Tingkat Kepuasan	0,0%	0,3%	3,3%	12,8%	83,8%
2	Bersediapakai Bank	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	99,8%
3	Bersediarekomen	0,0%	0,0%	0,0%	3,5%	96,5%
4	Bank dapatdipercaya	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	99,3%
5	Memenuhijanji	0,1%	0,0%	0,8%	1,3%	97,8%
6	Adil	0,0%	0,0%	1,0%	1,3%	97,8%
7	Solusiadilmemuaskan	0,0%	0,0%	1,3%	3,3%	95,3%
8	Bangga?	0,0%	0,0%	1,0%	3,5%	95,5%
9	Diperlakukanhormat	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	99,5%
10	Paling tepat	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%	98,8%
11	DuniatanpaBank	0,0%	0,3%	0,8%	4,3%	94,8%
	<b>BSQ Satpam</b>					
1	Menyapa	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	99,3%
	<b>BSQ Teller</b>					0%
1	Waktutransaksi	0,0%	0,0%	2,0%	6,0%	92,0%
2	Teliti	0,0%	0,0%	0,0%	2,3%	97,8%
3	Penuhperhatian	0,0%	0,0%	0,3%	0,3%	99,5%
	<b>BSQ CSO</b>					
1	Waktutransaksi	0,0%	0,3%	2,3%	5,3%	92,3%
2	Penjelasanmudah	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
3	Penuhperhatian	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
4	Solusitepat	0,0%	0,0%	0,3%	0,5%	99,3%

Keterangan:

Nilai 1 = Tidak Puas

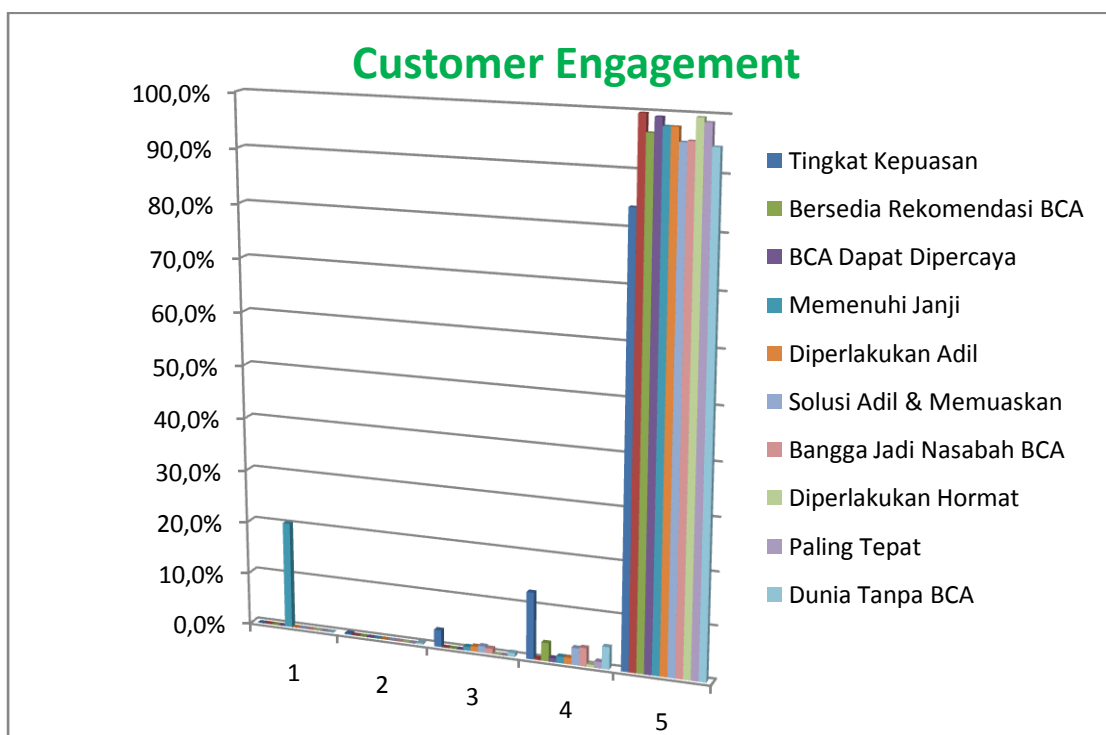
Nilai 4 = Puas

Nilai 2 = Kurang Puas

Nilai 5 = Sangat Puas

Nilai 3 = Agak Puas

**a. Customer Engagement**



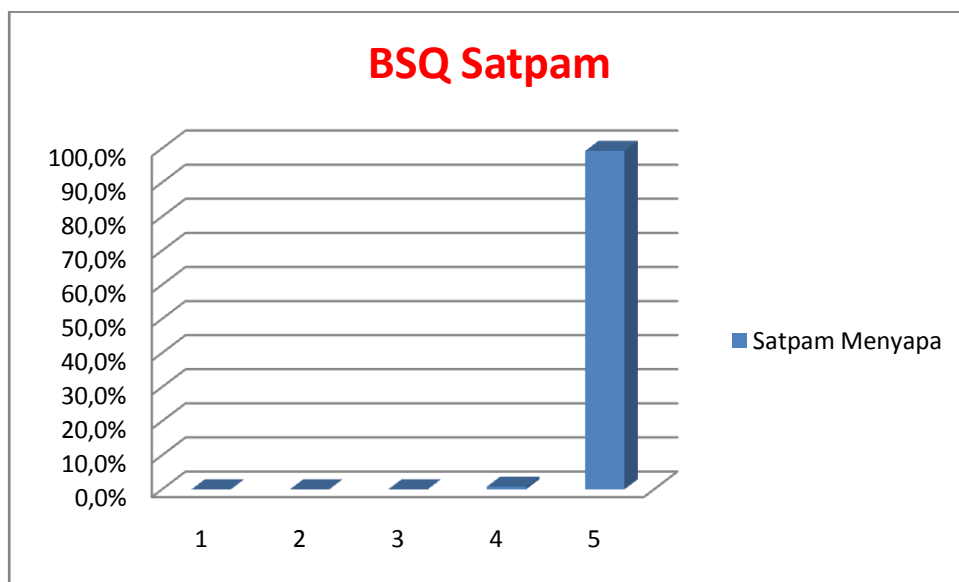
Dari grafik Customer Engagement diatas, dapat disimpulkan mengenai beberapa hal sebagai berikut:

1. Dari 400 orang nasabah yang dijadikan sebagai responden pada survey kali ini sebesar 0,3% nasabah memberikan nilai 2; 3,3% nasabah memberikan nilai 3; 12,8% nasabah memberikan nilai 4 dan 83,8% memberikan nilai 5. Hal ini berarti sebagian besar nasabah yang di survei pada bulan Oktober merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan Bank .
2. Untuk indikator tetap menggunakan Bank tersebut 0,3% nasabah yang di survey memberikan nilai 4 dan 99,8% memberikan nilai 5 serta tidak ada yang memberikan nilai 1 2 ataupun 3. Hal ini berarti hampir semua sampel tetap bersedia menggunakan bank tersebut.
3. Untuk indikator bersedia merekomendasikan Bank tersebut 3,5% nasabah yang di survey memberikan nilai 4 dan 96,5% memberikan nilai 5 serta tidak ada yang memberikan nilai 1 2 ataupun 3. Hal ini berarti hampir semua sampel tetap bersedia menggunakan jasa bank tersebut.
4. Untuk indikator bank tersebut adalah bank yang dapat dipercaya sebesar 0,8% nasabah yang di survey memberikan nilai 4 dan 99,3% memberikan nilai 5 serta tidak ada yang memberikan nilai 1 2 ataupun 3. Hal ini berarti hampir semua sampel menyatakan bahwa bank tersebut adalah bank yang dapat dipercaya.
5. Untuk indikator bank tersebut adalah bank yang memenuhi janji, sebesar 0,8% nasabah yang di survey memberikan nilai 3, 1,3% memberikan nilai 4 dan 97,8% memberikan nilai 5 serta tidak ada yang memberikan nilai 1 dan 2. Maka dapat disimpulkan bahwa bank tersebut adalah bank yang memenuhi janji.
6. Sebesar 1,0% nasabah yang di survey memberikan nilai 3, 1,3% memberikan nilai 4 dan 97,8% memberikan nilai 5 serta tidak ada yang memberikan nilai 1 dan 2. Maka dapat disimpulkan bahwa hampir semua nasabah yang dijadikan sampel merasa diperlakukan dengan adil oleh Bank tersebut.
7. Sebesar 1,3% nasabah yang di survey memberikan nilai 3, 3,3% memberikan nilai 4 dan 95,3% memberikan nilai 5 serta tidak ada yang memberikan nilai 1 dan 2. Maka dapat disimpulkan bahwa hampir semua nasabah yang dijadikan sampel merasa pada saat terjadi masalah, bank tersebut memberikan solusi yang adil memuaskan bagi para nasabahnya.
8. Sebesar 1,0% nasabah yang di survey memberikan nilai 3, 3,5% memberikan nilai 4 dan 95,5% memberikan nilai 5 serta tidak

ada yang memberikan nilai 1 dan 2. Maka dapat disimpulkan bahwa hampir semua responden merasa bangga menjadi nasabah Bank tersebut

- 9. Sebesar 0,5% responden memberikan nilai 4 dan 99,5 % memberikan nilai 5 serta tidak ada yang memberikan nilai 1 2 maupun 3. Maka dapat disimpulkan bahwa hampir semua nasabah yang dijadikan sampel merasa diperlakukan dengan hormat oleh Bank tersebut
- 10. Sebesar 1,3% responden memberikan nilai 4 dan 98,8%

**b. Branch Service Quality (BSQ) Satpam**



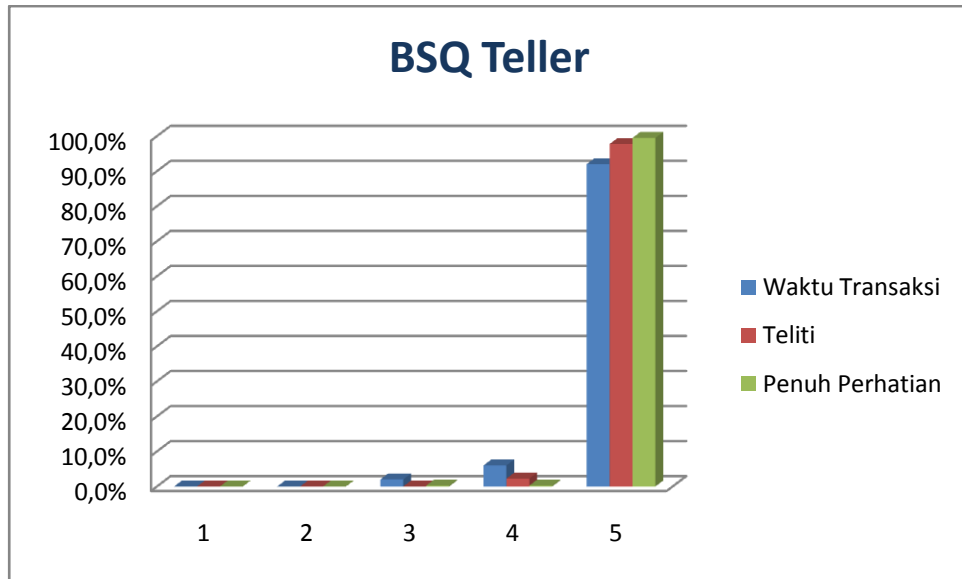
Dari grafik survey mengenai BSQ Satpam diatas dapat disimpulkan bahwa 99,3% atau hampir seluruhnya responden di

memberikan nilai 5 serta tidak ada yang memberikan nilai 1 2 maupun 3. Maka dapat disimpulkan bahwa hampir semua nasabah yang dijadikan sampel merasa Bank tersebut adalah bank yang paling tepat dengan kebutuhan mereka saat ini.

- 11. Dari hasil survey menunjukkan bahwa 94,8% dari nasabah yang disurvei tidak dapat membayangkan apabila dunia perbankan tanpa bank tersebut, karena akan merasa kesulitan.

sapa oleh satpam ketika memasuki kantor Bank tersebut.

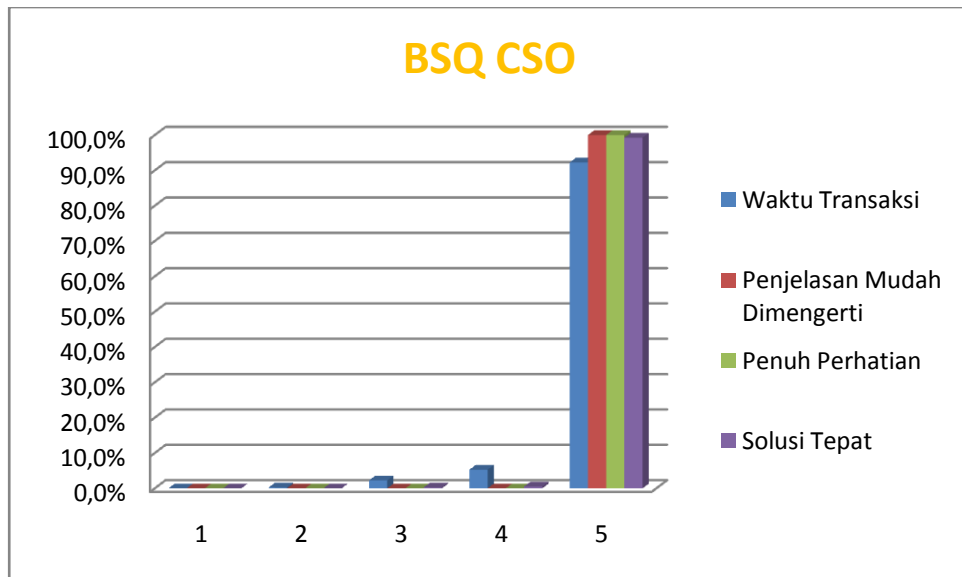
**c. Branch Service Quality (BSQ) Teller**



Kesimpulan yang dapat diambil dari grafik diatas adalah 92% nasabah merasa waktu yang dibutuhkan teller untuk menangani transaksi sangat cepat, 97,8% menjawab bahwa teller sangat teliti dan

99,5% menjawab bahwa pada saat menangani transaksi teller penuh perhatian dan fokus terhadap nasabah. Secara keseluruhan berarti nasabah sangat puas terhadap pelayanan teller di bank tersebut

**d. Branch Service Quality (BSQ) CSO**



Kesimpulan yang dapat diambil dari grafik diatas adalah 92,3% nasabah merasa waktu yang dibutuhkan CSO untuk menangani transaksi sangat cepat, 100% menjawab bahwa penjelasan yang diberikan CSO mudah dimengerti dan 100% menjawab bahwa pada saat menangani

transaksi CSO penuh perhatian terhadap nasabah kemudian 99,3% nasabah menjawab bahwa solusi yang diberikan CSO tepat dengan keluhan yang disampaikan nasabah. Secara keseluruhan berarti nasabah sangat puas terhadap pelayanan CSO di bank tersebut

**e. Saran/masukan Nasabah**

Dari 235 saran yang disampaikan oleh nasabah kepada bank, maka dapat disimpulkan bahwa paling banyak nasabah

menyarankan untuk meningkatkan pelayanan menjadi lebih baik lagi yaitu sebesar 14,0%. 13,2% menyarankan untuk membuka cabang/unit baru baik itu di

sekitar Kec. Purwakarta maupun diluar Kec. Purwakarta seperti Plered, Darangdan, Wanayasa dll. 11,9% menyarankan untuk menambah loket teller. 6,8% menyarankan untuk memperluas halaman parkir. 5,1% memberikan saran agar pelayan teller dipercepat dan 4,7% untuk mempercepat

pelayanan CSO. 6,4% memberikan saran agar bank menambah jumlah ATM baik tarik tunai maupun setoran tunai untuk wilayah Purwakarta dan sekitarnya.

Untuk lebih jelas, saran/masukan yang disampaikan oleh nasabah dapat dilihat pada tabel berikut ini:

No	Komentar/Saran	Jumlah	Persentase
1	Parkir Gratis	2	0,9%
2	HalamanParkir	16	6,8%
3	Bukacabang/unit	31	13,2%
4	Pertahankanlayanan	9	3,8%
5	Pelayananditingkatkan/lebihbaik	33	14,0%
6	Layanan teller dipercepat	12	5,1%
7	Layanan CS dipercepat	11	4,7%
8	Tambah ATM (tarik tunai, setortunai)	15	6,4%
9	Problem ATM	8	3,4%
10	TambahLoket teller	28	11,9%
11	Tambahloket CS	16	6,8%
12	Wakturekening non aktifdiperpanjang	1	0,4%
13	Jam istirahat/nasabahbanyakloketjangantutup	8	3,4%
14	Antrian	9	3,8%
15	Biayaadministrasi	8	3,4%
16	Janganbanyakberbincangdengannasabahygsudahkenal	1	0,4%
17	Penanganankomlpain	5	2,1%
18	Sediakanbahanbacaanuntukmenunggu	2	0,9%
19	Limit transfer	2	0,9%
20	M-banking error	3	1,3%
21	Setoranreceh	1	0,4%
22	Penipuanberhadiah	1	0,4%
23	Ketelitian	1	0,4%
24	Penataanruang	1	0,4%
25	Print bukutabungantertumpuk	1	0,4%
26	Transaksivalas (kurs, biaya, diskon, waktu)	3	1,3%
27	Buatproduk/pinjamankeuanganmenengahkebawah	2	0,9%
28	Setoranawal	1	0,4%
29	Pasangwifi	1	0,4%
30	Transaksikeluarnegeri	1	0,4%
31	Tingkatkan/tambahhadiah	1	0,4%
32	Pengajuan KPR <200 juta	1	0,4%
<b>Total komentar/saran</b>		<b>235</b>	<b>100,0%</b>

## PENUTUP

Secara keseluruhan pelayanan tersebut sudah sangat baik, layanan satpam mendapat skor antara puas dan sangat puas, layanan teller mendapat skor antara puas dan sangat puas, demikian pula layanan CSO mendapat skor antara puas dan sangat puas

Terdapat beberapa hal yang harus ditambah maupun diperbaiki untuk dapat meningkatkan pelayanan sehingga kepuasan nasabah terhadap bank dapat terus dipertahankan, diantaranya

- peningkatan layanan
- tambah loket teller

- buka cabang baru
- tambah loket CS

- memperluas halaman parkir

#### DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M.M., and Parvez, N. 2009. Impact of Services Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty, *ABAC Journal*, Vol. 29, No. 1, pp. 24-38.
- International, *Journal of Business and Economic Sciences*, Vol. 5, pp. 202-208.
- Agustiyadi, T. 2008. Pentingnya Mengenali Tipe-tipe Loyalitas Nasabah Untuk Meningkatkan Profit. Bandung CV. Alfabeta
- Gasperz, 2004. *Management Kualitas*. Yayasan Indonesia Emas dan Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Jau-Chuan, Chia-Huang Wu and Zhe George Zhang; Recent Developments in Vacation Queueing Models : A Short Survey Department of Applied Statistics, National Taichung Institute of Technology Taiwan, ROC.
- Kumar, M., Kee, F. T., and Manshor, A. T. 2009. Determining the Relative Importance of Critical Factors in Delivering Service Quality of Banks: an Application of Dominance Analysis in SERVQUAL Model, *Managing Service Quality*, Vol. 19, No. 2, pp. 211-228.
- Pfeifer, P. 2005. The Optimal Ratio of Acquisition and Retention Costs, *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, Vol. 13, No. 2, pp. 179-188.
- Seno Prihatomo, Prangga Prayogo. Analisis Penerapan Metode Antrian (*Waiting Line*) Untuk Meminimalkan Antrian (Studi Kasus: Pitstop Autowash & Spa) Universitas Bina Nusantara, Kampus Anggrek: Jln Kebon Jeruk Raya 27, Kemanggisan, Palmerah.
- Singh, H. 2006. The Importance of Customer Satisfaction in Relation to Customer Loyalty and



- Retention, Asia Pacific University College of Technology & Innovation Technology Park Malaysia, UCTI Working Paper, pp. 1-6.
- Trasorras. R., Weinstein, A., and Abrat, R. 2009. Value, Satisfaction, Loyalty and Retention in Professional Services, *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 27, No. 5, pp. 615-632.
- Walsh, G., Groth, M., dan Wiedmann, K.P. 2005. An Examination of Consumers' Motives to Switch Energy Suppliers, *Journal of Marketing Management*, Vol. 21, pp. 421-440.
- Yani, E. 2004. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Sumut di Medan, Tesis, Medan: Program Pascasarjana Universitas Sumatra Utara.

### **RIWAYAT PENULIS**

Nama, Iman Sidik Nusannas, SS., ME, Tempat/Tgl Lahir, Bandung, 15 Januari 1969, Pendidikan terakhir, Pascasarjana (S2) Magister Ekonomi Universitas Padjadjaran Bandung, Pekerjaan Dosen, Unit Kerja Program Studi Manajemen STIE DR. KHEZ. Muttaqien Purwakarta, Mata Kuliah Manajemen Perbankan, Akuntansi Perbankan, Manajemen Resiko

**TENDENSI WIRAUUSAHA DAN CARACTERISTIK WIRAUUSAHA MAHASISWA  
PTS DI KABUPATEN PURWAKARTA**

Oleh :

**Dedeng Abdul Gani Amrulloh.SE., M.Si**

**Program Studi Manajemen -STIE. Dr. KHEZ. Muttaqien – Purwakarta**

**Abstrak**

Faktor lain yang juga mempengaruhi seseorang untuk dapat menjadi *entrepreneur* adalah faktor individual yang di kenal dengan teori sifat, yang menggali ciri-ciri kepribadian seorang entrepreneur, yang beranjak dari asumsi bahwa *entrepreneur* adalah orang yang memiliki ciri unik yang berbeda dari orang lain dalam bentuk sikap dan nilai (Thomas& Muler, 2000; Koh, 1996 dalam Gurol & Atsan 2006:28). Dengan demikian potensi lahirnya orang-orang yang memiliki kemampuan membaca dan menganalisis kondisi ketidak pastian dan peluang usaha menjadi sangat besar dan berbanding lurus dengan semakin banyaknya sumber daya manusia terdidik terutama di level pendidikan tinggi. Pada level pendidikan tinggi seseorang sudah banyak diajarkan tentang berbagai metode dan alat analisis bisnis yang memungkinkan bagi dirinya untuk dapat membaca dan menganalisis peluang bisnis yang ada, termasuk secara husus pada pembelajaran *entrepreneurship*.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif, populasi penelitian adalah Mahasiswa PTS di Kabupaten Purwakarta yang berlatar pendidikan bidang ekonomi, adapun jumlah sampel adalah 88 responden yang diambil dengan teknik cluster dan simple random sampling, untuk memperoleh jawaban penelitian digunakan statistik deskriptif, data diperoleh dengan menggunakan kuisisioner, wawancara dan studi literatur.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Karakteristik wirauasaha memiliki pengaruh terhadap keinginan wirauasaha pada mahasiswa PTS di Kabupaten Purwakarta.

**Kata Kunci** – Karakteristik Wirauasaha, Tendensi Wirauasaha, Mahasiswa

**PENDAHULUAN**

Perubahan situasi dan kondisi bisnis yang cepat melahirkan ketidak pastian dalam berusaha, kondisi tersebut sangat menyilitkan dan dapat berdampak buruk bagi usaha, tetapi bagi sebagian orang yang selalu berusaha menciptakan peluang usaha ditengah kesempatan dan kebutuhan hidup kondisi ini adalah tantangan yang dapat melahirkan peluang terbaik untuk memulai bisnis dan orang

dengan kemampuan demikian disebut *entrepreneurs*.

Banyak faktor yang dapat mendorong seseorang menjadi *entrepreneur* dari berbagai riset yang dilakukan terkait faktor individual, sosial dan lingkungan. Faktor sosial yang mempengaruhi perilaku *entrepreneur* antara lain latar belakang individu dan keluarga dan jenjang karir yang dilaluinya (Robinson *et al*, 1991; Alstete, 2002; Green *at al*, 1996), faktor lingkungan yang mempengaruhi antara lain tingkat

kesejahteraan, pengurangan pajak, dan keuntungan langsung, kesempatan yang tepat waktu dalam proses karir dan dampak dari kondisi pasar (Alstete, 2002), pergolakan sosial, dukungan sosial dan kultur ekonomi masyarakat (Green *et al*, 1996), dalam Gurol & Atsan (2006:28).

Faktor lain yang juga mempengaruhi seseorang untuk dapat menjadi *entrepreneur* adalah faktor individual yang di kenal dengan teori sifat, yang menggali ciri-ciri kepribadian seorang *entrepreneur*, yang beranjak dari asumsi bahwa *entrepreneur* adalah orang yang memiliki ciri unik yang berbeda dari orang lain dalam bentuk sikap dan nilai (Thomas & Muler, 2000; Koh, 1996 dalam Gurol & Atsan 2006:28).

Dengan demikian potensi lahirnya orang-orang yang memiliki kemampuan membaca dan menganalisis kondisi ketidak pastian dan peluang usaha menjadi sangat besar dan berbanding lurus dengan semakin banyaknya sumber daya manusia terdidik terutama di level pendidikan tinggi. Pada level pendidikan tinggi seseorang sudah banyak diajarkan tentang berbagai metode dan alat analisis bisnis yang memungkinkan bagi dirinya untuk dapat membaca dan menganalisis peluang bisnis yang ada, termasuk secara husus pada pembelajaran *entrepreneurship*.

## LANDASAN TEORI

*Entrepreneur* dalam presfektif Bill Bolton and John (2004:16) mengutip Bo Peabody (entrepreneur, millionaire and founder of Internet business,

Tripod) adalah: “*A person who habitually creates and innovates to build something of recognized value around perceived opportunities*” dalam pandangannya *entrepreneur* adalah perilaku individu yang menjadi kebiasaan bukan suatu sistem yang diciptakan dan didorongkan pada seseorang, *entrepreneurs* lebih cenderung pada kebiasaan yang dilakukan seseorang.

Perguruan Tinggi memegang peranan penting bagi pembangunan Sumber Daya Manusia Indonesia dan merupakan bagian integral dari sistem pendidikan nasional yang bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan YME, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri dan menjadi warga negara yang demokratis dan bertanggungjawab (Undang-Undang No. 20/2003), untuk mencapai tujuan pendidikan nasional tersebut Perguruan Tinggi memiliki kewajiban untuk menyelenggarakan proses pendidikan, penelitian dan pengabdian pada masyarakat yang dikenal sebagai *Tri Dharma* Perguruan Tinggi.

Kelebihan yang dilakukan oleh Perguruan Tinggi salah satunya adalah proses pembelajaran yang lebih menekankan pada mahasiswa sebagai objek dan subjek pembelajaran (*student-centered learning*) disamping kesiapan tenaga pengajar dan fasilitas pendidikan yang dimiliki Perguruan Tinggi. Konsep pendidikan juga perlu didesain untuk menumbuhkan semangat kewirausahaan dan peningkatan *soft skills* serta *success skills*, sehingga lulusan perguruan tinggi

akan mempunyai karakter percaya diri yang tinggi, memiliki kearifan terhadap nilai-nilai sosial dan kultural bangsa, kemandirian serta jiwa kepemimpinan yang kuat (Dirjen Dikti, Depdiknas RI, 2004).

Merujuk pada tujuan pendidikan nasional dan visi dirjen DIKTI Depdiknas RI tersebut secara tersirat dapat disimpulkan bahwa pendidikan tinggi bukan semata bertujuan untuk mendidik SDM yang memiliki kemampuan dalam bekerja di berbagai bidang juga bagaimana lulusan Perguruan Tinggi mampu berwiraswasta dan mempekerjakan orang lain. Proses pembelajaran dan kurikulum yang harusnya mampu mendorong dan mengembangkan kewirausahaan mahasiswa dan dapat dijadikan bekal ketika lulus kelak.

*Entrepreneur* memegang peranan penting bagi dirinya dalam mencapai kesejahteraan secara makro kinerjanya adalah efisiensi pasar dan produktifitas suatu bangsa, menjadi *entrepreneur* perlu kepribadian khusus yang unik disamping keahlian berusaha yang dapat diperoleh di Perguruan Tinggi. Keterkaitannya adalah bagaimana Perguruan Tinggi sebagai institusi pendidikan mampu mendorong dan mengembangkan kewirausahaan dan dapat membina *Entrepreneur* baru yang memiliki keahlian berusaha.

Disisilain kepribadian, sikap, nilai dan sifat seseorang adalah unik dan tidak semuanya mendukung dan berpotensi menjadi *entrepreneur*, *entrepreneur characteristics* atau ciri-ciri wirausaha

tidak dimiliki oleh semua orang, dan setiap orang pasti memiliki kelebihan dan kekurangan pada setiap karakteristik tersebut, tugas Perguruan Tinggi salah satunya adalah mendorong mahasiswa untuk mengembangkan karakteristik wirausaha yang dimilikinya supaya potensi sebenarnya dapat muncul dan harapan lahirnya *entrepreneur* muda dari mahasiswa dan lulusan Perguruan Tinggi dapat tercapai.

Penting kiranya pada tahapan awal adalah dari tujuan tersebut adalah identifikasi yang matang terhadap potensi mahasiswa untuk menjadi *entrepreneur*, langkah identifikasi tersebut dapat dimulai dari identifikasi terhadap *entrepreneurial characteristics* yang dimiliki mahasiswa khususnya mahasiswa di Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Purwakarta.

Merujuk pada Kunene (2008:58) dari pada Guzman & Santos, 2001; Fielden et al, 2000:303, faktor internal yang dominan mempengaruhi kesuksesan usaha adalah : 1). Kemampuan pengendalian sumber daya; 2). Keahlian personal dan 3). Kemampuan mengkombinasikan keahlian wirausaha secara efektif. Pandangan senada juga diungkapkan oleh Zimemerer and Scarborough (2008:6) dimana penting untuk mengetahui peran karakteristik wirausaha yang dimiliki oleh pemilik dan pengelola UKM.

*Entrepreneur characteristics* pada hasil penelitian dari Thandeka Ruth Kunene (2008:58) dengan menggunakan konsepsi Glancey at.al (1998:255)

performa perusahaan di pengaruhi oleh karakteristik personal dan motivasi. Karakteristik entrepreneur yang menjadi studinya terdiri dari : 1). *Need for achievement*; 2). *Internal Locus of Control*; 3). *Initiative*, 4). *Self Confidence*, 5). *Self efficacy*, 6). *Self esteem*; 7). *Ability to gather resources*; 8). *Tolerance of ambiguity*; 9). *Adapting to change*; 10). *Risk taking propensity*; 11). *Opportunity alertness*; 12). *Creativity*; 13). *Innovation*; 14). *Optimism*; 15). *Problem Solving*; 16). *Decision making*; 17). *Leadership*; 18). *Ability to learn*; 19). *Energy*; 20). *Integrity*; 21). *Capacity to hard work*; 22). *Frugality*; 23). *Accountability*; 24). *Independence and autonomy*; 25). *Perseverance*; 26). *Negotiating skills*; and 27). *Time management skills*

Studi yang mengungkapkan hubungan karakteristik personal dan kesuksesan usaha juga diungkapkan oleh Yonca Gurol & Nuray Atsan (2006) dengan studinya terhadap 6 (enam ) dimensi karakteristik, yakni *need for achievement*, *locus of control*, *risk taking propensity*, *tolerance for ambiguity*,

#### **METODE PENELITIAN**

Objek dari penelitian ini adalah Karakteristik Wirausaha mahasiswa PTS di Kabupaten Purwakarta, lokasi penelitian Kabupaten Purwakarta. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data dan informasi sebagai bukti empiris mengenai karakteristik wirausaha pada mahasiswa PTS di Kabupaten Purwakarta. Metode penelitian yang akan digunakan adalah deskriptif

*innivateness and self-confidence*, dengan tema yang sama Scott Shane at al (2003) memilih pendekatan motivasi dan *entrepreneurship*, pendekatan kuantitatif yang dilakukannya mengambil dimensi karakteristik personal antara lain *need for achievement*, *Risk taking*, *Tolerance for ambiguity*, *Locus of Control*, *self-efficacy* and *Goal setting*.

Hasil studi terdahulu yang dilakukan oleh Scott Shane at al (2003), Yonca Gurol & Nuray Atsan (2006), Thandeka Ruth Kunene (2008) yang merujuk hasil penelitian Glancey at al (1998), maka dalam penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi *entrepreneurial caharacteristics* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Kabupaten Purwakarta adalah: 1). *Innovativeness*; 2) *Need for Achievement* (dorongan berprestasi), 3). *Risk taking Propensity* (hasrat terhadap resiko), 4). *Tolerance for ambiguity* (toleran terhadap ketidak pastian dan ambiguitas) dan 5). *Locus of Control* (Lokus Kendali); 6)*Self-efficacy* (efektifitas diri); dan 7) *Self Confidence* (percaya diri).

analisis untuk menilai besaran masing-masing variabel yang diukur sebagai karakteristik wirausaha pada mahasiswa PTS di Kabupaten Purwakarra, pengumpulan data menggunakan metode survey yang menggunakan instrumen penelitian dengan kuesioner dan panduan wawancara untuk data-data primer, data skunder di peroleh dengan studi kepustakaan dan survey pada dinas, badan dan instansi lain yang berkaitan dengan

objek penelitian. Jenis penelitian adalah kuantitatif dengan pola data *cross section*.

Karakteristik wirausaha (X) merupakan kombinasi dari sifat, sikap dan nilai individual (sub variabel) yang diantaranya terdiri dari *Innovativeness* (x1); *Need for Achievement* (x2); *Risk taking Propensity* (x3); *Tolerance for*

*ambiguity*(x4); *Locus of Control* (x5); dan *Self Confidence* (x6). Sedangkan tendensi wirausaha (Y) menjadi variabel dependen yang di pengaruhi oleh karakteristik wirausaha (X)

Operasionalisasi Variabel penelitian tersebut sebagaimana dilihat pada tabelberikut :

Varibel	Sub-Variabel /Dimensi	Indikator	Skala
<p><b>Keinginan (tendensi) wirausaha (Y)</b></p> <p>Keinginan diartikan sebagai perihal, ingin, hasrat yang ingin dicapai oleh seseorang dalam menjalankan sesuatu (Budiono,2005:201)</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hasrat mendirikan usaha</li> <li>• Semangat memulai usaha</li> <li>• Mulai menentukan usaha yang ingin dirintis</li> </ul>	Ordinal
<p><b>Karakteristik Wirausaha</b></p> <p>“Karakteristik personal wirausaha didalamnya termasuk psikologi dan karakteristik kognisi yang mempengaruhi perilaku dan alur pikir wirausaha”</p> <p>Litunnen (2000), Scott Shane at al (2003), Yonca Gurol &amp; Nuray Atsan (2006), Thandeka Ruth Kunene (2008),</p>	Inovativeness (X1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keinginan untuk menciptakan produk baru</li> <li>• Keinginan untuk meningkatkan kualitas produk</li> <li>• Keinginan untuk memperbaiki proses produksi</li> <li>• Keinginan untuk mencari dan menambah sumber bahan baku dan pelanggan</li> </ul>	Ordinal
	Need for Achivement (X2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keinginan kuat untuk mamajukan perusahaan</li> <li>• Kesukaan terhadap situasi persaingan</li> <li>• Keinginan memperoleh umpan balik</li> </ul>	Ordinal
	Locus of Control (X3)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keberhasilan perusahaan di tentukan oleh diri sendiri</li> <li>• Kesukses usaha di tentukan oleh nasib, kemujuran dan kekutan lain dari luar</li> </ul>	Ordinal
	Risk Taking Propensity (X4)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengetahuan terhadap masalah-masalah dalam usaha</li> <li>• Pengetahuan terhadap cara mengatasi dan menyelesaikan masalah</li> <li>• Kesiapan menghadapi resiko usaha</li> </ul>	Ordinal

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persepsi terhadap tekanan</li> </ul>	
	Tolerant for ambiguity (X5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemampuan menangani ketidakpastian dan kontradiksi dalam usaha</li> <li>• Pola fikir dalam menghadapi setiap kejadian</li> </ul>	Ordinal
	Self Confidence (X6)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesadaran akan harga diri</li> <li>• Kesadaran emosional</li> <li>• Percaya pada diri sendiri</li> <li>• Daya kerja yang kuat</li> </ul>	Ordinal

### Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini yaitu keseluruhan mahasiswa yang terdaftar aktif di Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Kabupaten Purwakarta yang berada dibawah Koordinasi Kopertis Wilayah IV yang menyelenggarakan program studi berbasis keilmuan ekonomi. Berdasarkan data yang di peroleh Mahasiswa aktif di yaitu sebanyak 704 orang.

Dari populasi yang ada akan diambil sejumlah tertentu sebagai anggota sampelnya, metode pengambilan sampel yang akan digunakan adalah *Probability sampling* dengan teknik *Cluster Random*

*Sampling*, teknik ini populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi menjadi sampel. Masing-masing populasi terkelompok dalam PTS yang mengelola Program Studi yang berlatar ekonomi sebagai objek penelitian, dari setiap PTS diambil dengan persentase yang sama untuk di jadikan sampel penelitian.

Dengan menggunakan rumus Slovin (Rahmat, 1995:82) dengan tingkat kesalahan 10 % maka jumlah sampek adalah 88 orang. Yang kemudian di bagi untuk setiap PTS, berdasarkan hasil perhitungan di peroleh sampel sebagai berikut :

No	PTS	Prodi	Populasi	Sampel
1.	Universitas Purwakarta	Akuntansi (S1)	41	5,13 ≈ 5
2.	STIE Muttaqien	Akuntansi (S1)	121	15,13 ≈ 15
		Manajemen (S1)	104	13 ≈ 13
3.	STIE WIKARA	Akuntansi (S1)	31	3,88 ≈ 4
		Manajemen (S1)	132	16,5 ≈ 16
4.	STIEB Perdana Mandiri	Akuntansi (S1)	63	7,88 ≈ 8
		Manajemen (S1)	45	5,63 ≈ 6
		Akuntansi (D3)	167	20,88 ≈ 21
Jumlah			704	88

## Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan sekunder, sebagaimana telah dioperasionalkan, data yang diperlukan untuk pengujian seluruhnya berupa data primer yang diperoleh dari responden (mahasiswa) pada PTS di Kabupaten Purwakarta. Prosedur pengumpulan data dilakukan dengan teknik komunikasi tidak langsung, dengan instrumen penelitian berupa kuesioner dan studi dokumenstasi.

## Metode Analisis Data

Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah metode statistik deskriptif untuk mengetahui besaran masing-masing sub variabel dalam karakteristik wirausaha yang dimiliki oleh mahasiswa PTS di Kabupaten Purwakarta. Data kemudian diuji validitas dengan teknik pengujian korelasi *Pearson Product moment* dan pengujian reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alfa*.

Untuk melakukan uji hipotesis, metode statistik verifikatif dengan menggunakan metode path analisis (analisis jalur), dengan menggunakan persamaan :

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \epsilon$$

Hipotesis penelitian ini adalah variabel Karakteristik Wirausaha (X) berpengaruh secara simultan terhadap Tendensi menjadi wirausaha (Y). Hipotesis penelitian tersebut dinyatakan dalam hipotesis statistik berikut ini :

$H_0 : \rho = 0$  Karakteristik Wirausaha secara simultan tidak

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Tendensi Wirausaha.

$H_a : \rho \neq 0$  Karakteristik Wirausaha secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Tendensi Wirausaha.

## TEMUAN

### Karakteristik Responden

Institusi Pendidikan Tinggi Swasta yang menyelenggarakan layanan pendidikan rumpun ilmu ekonomi di Kabupaten Purwakarta adalah 4 (empat) institusi, yang terdiri dari 1 (satu) Universitas dengan Program Studi akuntansi program S1 dan 3 (Tiga) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, yaitu

STIE DR. KHEZ. Muttaqien, STIE WIKARA dan STIEB Perdana Mandiri, yang masing masing menyelenggarakan Program Studi Akuntansi dan Manajemen jenjang S1, kecuali STIEB Perdana Mandiri yang juga menyelenggarakan Program Diploma III Akuntansi.

Berdasarkan data yang di peroleh dari Kopertis Wilayah IV, yang diunduh melalui laman PDPT Dikti sampai dengan



Tahun Akademik 2012-2013 jumlah mahasiswa aktif di seluruh PTS tersebut adalah 704 orang, berdasarkan metode penarikan sampel yang dilakukan jumlah sampel penelitian adalah 88 orang yang secara proporsional mewakili populasi di masing-masing PTS, yang kemudian dipilih secara acak berdasarkan metode simple random, dimana sampel yang diambil memiliki kesempatan yang sama untuk mewakili populasinya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dan dari kuisioner yang terkumpul di peroleh data dari 88 orang responden rata-rata kuliah semester IV dengan jumlah responden 49 orang atau 55,7% dan hanya 12,5% atau 11 orang baru semester II, sedangkan sisanya kuliah di Semester VI, jika dilihat dari rata-rata responden yang sebagian besar telah kuliah dari semester IV dan VI maka hasil penelitian tentang karakteristik wirausaha pada mahasiswa memiliki kemungkinan besar dapat digunakan

sebagai dasar analisis mengingat pada semester tersebut dasar-dasar analisis dan kewirausahaan biasanya sudah di berikan.

Karakteristik responden berdsarkan jenis kelamin diperoleh data 39 orang berjenis kelamin laki-laki atau 44,3% dan sisanya berjenis kelamin perempuan atau 49 responden (55,7%), secara spesifik dalam penelitian ini tidak dibahas secara langsung pengaruh karakteristik usaha berdasarkan jender mahasiswa.

Karakteristik responden berdasarkan usia diketahui bahwa sebagian besar responden berada pada usia muda, dimana mahasiswa yang berusia kurang dari 20 tahun sebanyak 33 orang atau 37,5%, disisi lain berdasarkan hasil kuisioner di peroleh juga data yang menunjukkan adanya mahasiswa yang berumur lebih dari 40 tahun yaitu 2 orang mahasiswa (2,2%). Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut :

PTS Usia	FE. Unpur	STIE Muttaqien	STIE WIKARA	STIEB PM	Jumlah	Persentase
< 20 Tahun	3	11	1	18	33	28,4
21- 25 Tahun	0	15	8	16	39	44,32
26 – 30 Tahun	2	1	4	1	8	9,09
31-35 Tahun	0	0	1	0	1	1,13
36-40 Tahun	0	1	4	0	5	5,68
> 40 Tahun	0	0	2	0	2	2,27

**Pengaruh Karakteristik Wirausaha terhadap Keinginan Wirausaha**

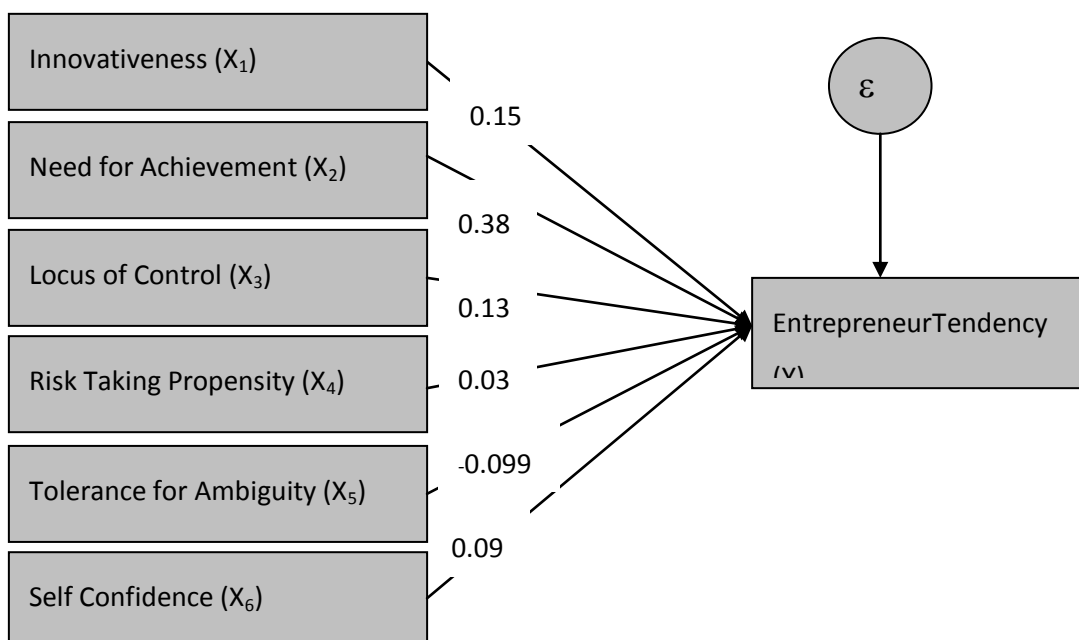
Pengaruh Karakteristik Wirausaha terhadap Tendensi Wirausaha Mahasiswa PTS di Kabupaten Purwakarta

No	Jalur yang diuji	Koefisien Jalur	t <sub>hitung</sub>	R <sup>2</sup>	F <sub>hitung</sub>
----	------------------	-----------------	---------------------	----------------	---------------------

		<b>(standardized)</b>			
1.	$X_1 \rightarrow Y$	0.158	1.398	0.359	7.548
2.	$X_2 \rightarrow Y$	0.388	3.260		
3.	$X_3 \rightarrow Y$	0.133	1.212		
4.	$X_4 \rightarrow Y$	0.039	0.366		
5.	$X_5 \rightarrow Y$	-0.099	-0.959		
6.	$X_6 \rightarrow Y$	0.095	0.848		

Berdasarkan tabel di atas, maka paradigma jalur setiap sub variabel dari karakteristik

wirausaha terhadap tendensi wirausaha mahasiswa adalah sebagai berikut :



Gambar 3.1  
Diagram Jalur

Nilai koefisien jalur  $X_1 \rightarrow Y$  adalah sebesar 0.15, yang berarti bahwa dengan menganggap variabel lain konstan, maka ketika peningkatan karakteristik inovativ naik satu satuan, akan meningkatkan keinginan wirausaha 0.15. berdasarkan diagram jalur di atas juga dapat disimpulkan bahwa variabel keinginan untuk berprestasi memiliki pengaruh yang

paling kuat dalam mempengaruhi keinginan wirausaha mahasiswa PTS di Kabupaten Purwakarta dengan besaran 0.38 yang berarti setiap perubahan 1 satuan keinginan berprestasi akan mempengaruhi 0.38 keinginan wirausaha.

Sub variabel kemampuan toleran terhadap ambiguitas menunjukkan hal yang sebaliknya, atau berhubungan negative,

berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa dengan menurunkan tingkat kemampuan ambiguitas sebesar satu satuan akan mempengaruhi keinginan wirausaha sebesar 0.09. Sub variabel-sub variabel yang menunjukkan hubungan dan pengaruh yang positif terhadap keinginan wirausaha mahasiswa PTS di Kabupaten Purwakarta.

Pengaruh variabel karakteristik wirausaha secara simultan berpengaruh terhadap keinginan atau tendensi wirausaha mahasiswa, hasil pengujian hipotesis sebagai berikut :

$H_0 : \rho = 0$  Karakteristik Usaha dan Jiwa Wirausaha secara simultan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Usaha.

$H_a : \rho \neq 0$  Karakteristik Usaha dan Jiwa Wirausaha

## REFERENSI

- Bolton, Bill and Thomson, Jhon, 2004, *Entrepreneur : Talent, Temperament, Technique*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Linacre House, Jordan Hill, Oxford OX2 8DP, 200 Wheeler Road, Burlington, MA 01803
- Buchari Alma, 2005, *Kewirausahaan, untuk mahasiswa dan umum*, Alfabeta Bandung
- Drucker, Peter F., 2002, *Innovation and Entrepreneurship*, Perfectbound Press, HarperCollins Publishers Ltd. 77-85 Fulham Palace Road, London, W6 8JB, UK.

secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Usaha

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui nilai  $F_{hitung}$  sebesar 7.0548 dan nilai  $F_{tabel}$  1.435 dengan demikian berdasarkan kriteria uji dapat disimpulkan menolak  $H_0$  dan menerimanya  $H_a$  secara simultan variabel karakteristik wirausaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keinginan wirausaha mahasiswa PTS di Kabupaten Purwakarta.

Berdasarkan perhitungan  $R^2$  di peroleh nilai 0.359, yang berarti bahwa 35 % dari karakteristik wirausaha yang diuji dengan menganggap variabel lain tidak berubah mempengaruhi keinginan berwirausaha mahasiswa yang sedang mempelajari ilmu ekonomi dan manajemen di PTS yang berada di Kabupaten Purwakarta.

- Glancey, Keith S. and McQuaid, Ronald W., 2000, *Entrepreneurial Economics*, MACMILLAN Press Ltd. UK
- Gurol, Yonca and Atsan, Nurai, 2006, *Entrepreneurial Characteristics Amongst University Student, Some Insight for Entrepreneurship Education and Training in Turkey*, *International Journal of Education and Training*, Vol. 48, no. 1, Emerald Group Publishing Limited
- Jones, Gareth R., 2009, *Organizational Theory, Design, and Change*, 5<sup>th</sup> Edition, Prentice Hall International, Inc

- Kunene, Thandeka R., 2008, *A Critical Analysis of Entrepreneurial and Business Skills in SMEs in the Textil and Clothing Industry in Johannesburg, South Africa*, University of Pretoria
- Littunen, Hannu, 2000, *Entrepreneurship and The Characteristics of The Entrepreneurial Personality*, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Science Vol. 6 no. 6*, Emerald Group Publishing Limited
- McShane, L. Steven and Von Glinow, Mary Ann, 2005, *Organizational Behavior, 3e*, International Edition, McGRAW-HILL
- Robbins, Stephen P. And Judge, Timothy A., 2008, *Organizational Behavior*- Jakarta, Salemba Empat.
- Samli, A. Coskun, 2009, *International Entrepreneurship: Innovative Solutions For A Fragile Planet*, Springer Science and Business Media, LLC
- Shane, Scott, A.Locke, Edwin and Collins, Chistoper J., 2003, *Entrepreneurian Motivation*, *Human Management Review 13*, Elsevier Science Inc.
- Segal, Gerry, Borgia, Dan and Schoenfeld, Jerry, 2005, *The Motivation to Become an Entrepreneur*, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Science Vol. 11 no. 1*, Emerald Group Publishing Limited
- Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, 2010, *Kewirausahaan, Pendekatan Karakteristik Wirausaha Sukses*, Kencana Prenanda Media Group, Jakarta
- Zimmerrer, Thomas W. And Scarborough, Norman M (Edisi terjemahan), 2009, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Salemba Empat, Jakarta
- Undang-Undang No 13 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional Republik Indonesia

#### **RIWAYAT PENULIS**

Nama, Dedeng Abdul Gani Amrulloh, Tempat/Tgl. Lahir Karawang / 14 Juli 1974, Pendidikan terakhir S2, Magister Sains Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran Bandung, Status Menikah, Agama Islam, Alamat Perum Panorama Indah Blok E4 No. 27 Purwakarta, Telepon 08179293735, E-Mail : [dedeng.amrullah@gmail.com](mailto:dedeng.amrullah@gmail.com)