BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

a. Tidak ada hubungan yang signifikan antara persepsi mahasiswa terhadap iklim kampus dengan motivasi menjadi *entrepreneur* di Universitas X.

b. Sebagian besar mahasiswa memiliki motivasi yang tergolong tinggi untuk menjadi *entrepreneur* di Universitas X.

c. Persepsi mahasiswa terhadap iklim kampus secara umum mayoritas tergolong cukup baik di Universitas X. Khususnya iklim kelas *Entrepreneurship* 6.

6.2. Keterbatasan Penelitian

a. Penggunaan iklim kelas *Entrepreneurship* secara umum dalam alat ukur, bukan iklim kampus yang *entrepreneurial* secara khusus yang memungkinkan subjek menjawab kuisioner dengan persepsinya terhadap mata perkuliahan *Entrepreneurship* saja.

b. Sampel yang digunakan kurang valid untuk digunakan dalam penelitian. Hal ini disebabkan karena subjek sudah memiliki motivasi *entrepreneur* yang tinggi terlebih dahulu. Selain itu, pengambilan sampel juga memiliki kesalahan dari yang seharusnya diambil secara acak menjadi pembagian berdasarkan jumlah jenis kelamin secara merata yang tidak mewakili data.

c. Data demografik seharusnya dilengkapi dengan latar belakang orangtua dan hal mendukung lainnya supaya subjek yang sudah memiliki motivasi *entrepreneur* yang tinggi dapat terlihat.

d. Waktu pengambilan data penelitian yang kurang sesuai. Hal ini dikarenakan dalam rentang waktu penelitian ada waktu sekitar satu minggu yang merupakan jadwal Ujian Tengah Semester yang membuat data sulit untuk diambil pada waktu tersebut.

6.3. Saran Penelitian

a. Saran untuk universitas

Disarankan kepada universitas untuk meningkatkan lagi iklim *entrepreneur* di kampus karena persepsi mahasiswa terhadap iklim kampus mayoritas tergolong sedang.

b. Saran untuk penelitian selanjutnya

i. Peneliti dapat menggunakan iklim kampus *entrepreneurial* secara khusus supaya subjek bisa menjawab kuisioner dengan tepat.

ii. Peneliti dapat meneliti hubungan antara pola asuh, *self-efficacy*, atau latar belakang pekerjaan orangtua dengan motivasi menjadi *entrepreneur* karena penelitian terdahulu membuktikan ketiga hal tersebut dapat mempengaruhi motivasi.

iii. Peneliti perlu melengkapi data demografik dengan latar belakang orangtua dan hal mendukung lainnya supaya subjek yang sudah memiliki motivasi *entrepreneur* yang tinggi dapat terlihat.

iv. Peneliti perlu lebih teliti dalam pemilihan subjek penelitian agar tidak melakukan kesalahan yang membuat data menjadi tidak valid.

6.4. Pengembangan *Psychopreneurship* (rancangan kreatif pengembangan usaha yang memanfaatkan psikologi)

6.4.1. Target Pasar

Target dari usaha ini adalah lembaga-lembaga pendidikan yang ingin menerapkan iklim *entrepreneur* pada proses pengajarannya.

6.4.2. Produk atau jasa

Seminar dan pelatihan mengenai perancangan dan penerapan kurikulum *entrepreneurial* pada lembaga pendidikan untuk mengembangkan motivasi *entrepreneur* pada siswa. Seminar dilakukan untuk memberikan rancangan kurikulum yang dapat diterapkan secara teoritis, sedangkan pelatihan dikhususkan kepada para pengajar untuk dapat menerapkan kurikulum kepada siswa dengan cara yang benar.

6.4.3. Analisis Kompetitor

Seminar dan pelatihan lain yang bertema penciptaan iklim *entrepreneurship*.

Berikut adalah SWOT dari produk dibandingkan dengan kompetitor:

Strength : Memberikan seminar tentang perancangan kurikulum *entrepreneur* yang nantinya disesuaikan secara khusus untuk lembaga pendidikan yang

dituju dan dilanjutkan dengan pelatihan bagi pengajar untuk memaksimalkan penerapan kurikulum pada siswa.

Weakness : Bila perancangan kurikulum ternyata kurang sesuai dengan lembaga pendidikan yang dituju, dapat memperlama proses dan mengeluarkan biaya lebih.

Opportunity : Maraknya tema *entrepreneurship* yang saat ini sedang dimasukkan ke setiap kurikulum lembaga pendidikan.

Threat : Sama-sama memberikan informasi tentang *entrepreneurship* sehingga ada kemungkinan dianggap sama dengan seminar dan pelatihan lain oleh masyarakat.

6.4.4. Strategi Pemasaran

Pemasaran atau promosi akan dilakukan dengan cara mendatangi langsung lembaga-lembaga pendidikan yang ingin menerapkan kurikulum *entrepreneurship* kepada siswanya. Membuat *website* khusus yang menjelaskan seminar dan pelatihan yang akan dilakukan dan mempromosikannya melalui media *online* seperti di forum-forum *website* pendidikan dan melalui media massa seperti di majalah-majalah bertema pendidikan atau koran.

UNIVERSITAS CIPUTRA