

KEWIRAUSAHAAN

Nama Mata Kuliah : Kewirausahaan
Jumlah SKS : 2 (dua)
Dosen Pengampu : Ayu Amalia, M.Si & Erwan Sudiwijaya
Deskripsi Mata Kuliah :

Mata kuliah ini bertujuan untuk memberikan dasar pengetahuan dan keterampilan bagi mahasiswa untuk dapat memahami prinsip dan konsep Kewirausahaan yang terimplementasikan prinsip dasar Kewirausahaan di masa sekarang, yaitu inovasi dan kreativitas, yang dikembangkan dalam rencana bisnis yaitu Business Model Canvas, dimana peserta kuliah perlu melakukan serangkaian asesmen dengan berdasarkan pada skema analisis SWOT. Peserta kuliah juga mendapatkan pengetahuan dasar terkait dengan pemasaran.

Outcome Mata Kuliah

Mata kuliah **Kewirausahaan** dimanfaatkan guna mendukung ketercapaian kompetensi mahasiswa, yaitu mampu memahami tren wirausaha saat ini, mampu membuat rancangan model promosi yang diimplementasikan pada brand/mitra bisnis tertentu.

Ketercapaian Kompetensi Hard Skill dan Soft Skill melalui Mata Kuliah

Kompetensi hardskill yang diharapkan mata kuliah ini meliputi aspek kognitif, yaitu mahasiswa mampu mengidentifikasi konsep dasar, dimensi pembahasan yang terkait dengan Kewirausahaan, serta mampu menganalisis fenomena Wirausaha dalam *digital entrepreneurship*, pada tahapan selanjutnya, melibatkan aspek psikomotorik, mahasiswa diharapkan mampu merancang skema penerapan konsep dan elemen yang terkait dengan *business plan (BMC)* untuk mendukung proses keberlangsungan *digital entrepreneurship*. Kompetensi softskill yang diimplementasikan dalam mata kuliah Kewirausahaan adalah aspek kecakapan personal dan sosial, yang meliputi disiplin, ketelitian, dan kemampuan bekerjasama.

No.	Materi/Pokok Bahasan
1	<u>Pengantar</u> Silabus, pedoman perkuliahan
2	Entrepreneurship 101
3	Nature of Business
4	Nature of Entrepreneurship

5	Ujian Kompetensi 1
6	Think Analytical
7	Teamwork
8	Branding & Marketing
9	Copyright dalam bisnis
10	Promosi
11	Ujian Kompetensi 2
12	Project Briefing
13	Tugas Media Kewirausahaan Dijital #1
14	Tugas Media Kewirausahaan Dijital #2
15	Tugas Media Kewirausahaan Dijital #3
16	Ujian Kompetensi 3

Daftar Literatur:

- Franky Slamet, Hetty Karunia Tanjungsari, Mei le, Dasar-Dasar Kewirausahaan, Teori dan Praktik, PT Indeks, Jakarta, 2014
- Rhenald Kasali, Arman Hakim Nasution, Boyke R Purnomo, Agustina Ciptarahayu, Dwi Larso, Isti Raafaldini Mirzanti, Sony Rustiadi, Heny Kuswanti Daryanto, Asep Mulyana, Modul Kewirausahaan Untuk Program S1, Hikmah 2010
- SUGIYAMA, KOTARO., ANDREE, TIM. (2011) *The Dentsu Way*, New York, Mc Graw Hill
- Yunita Tanuatmadja, I Wayan Swandi, Alvin Raditya, Perancangan Branding "Marilyn's Cake" Surabaya , Jurnal DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra
- Steven Purwadipura, Bedjo Riyanto, Elisabeth Christine Yuwono, Perancangan Visual Brand Identity Kafe Milk Story, Jurnal DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra

- Adelavina Widodo, Bing Bedjo Tanudjaja, Baskoro Suryo B., Perancangan Komunikasi Visual Re-Branding Sirup Siropen Telasih Heritage 1923 Jc. Van Drongelen Khas Surabaya , Jurnal DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra
- Christopher Bryan, I Nengah Sudika, Hendro Aryanto, Perancangan Branding Perusahaan 7coffeeday, Jurnal DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra
- Nancy Claudia Halim, Perancangan Branding Clothing Line Calapan Sebagai Promosi Sasirangan , Jurnal DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra
- Gs Rotikan, Penerapan Metode Activity Based Costing Dalam Penentuan Harga Pokok Produksi Pada Pt. Tropica Cocoprime, Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, 2013
- D Rahmaji, Penerapan Activity-Based Costing System Untuk Menentukan Harga Pokok Produksi Pt. Celebes Mina Pratama Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, 2013
- S Pomalingo, J Morasa, Alokasi Biaya Bersama Dalam Menentukan Harga Pokok Produksi Pada Ud. Martabak Mas Narto- Jurnal Riset Ekonomi , 2014
- A. Ngabito, “Survei PwC: Pandemi Mengubah Perilaku Konsumen.”
<https://www.pwc.com/id/en/media-centre/pwc-in-news/2020/indonesian/survei-pwc-pandemi-mengubah-perilaku-konsumen.html> (accessed Sep. 29, 2020).
- KataData, “Konsumen Beralih Berbelanja secara Digital saat Pandemi | Databoks.”
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/08/26/konsumen-beralih-berbelanja-secara-digital-saat-pandemi> (accessed Sep. 29, 2020).

1.