

LAPORAN PENELITIAN



**PENGEMBANGAN PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN INDUSTRI MICE
(*MEETING, INCENTIVE, CONVENTION & EXHIBITION*) DI JURUSAN
PENDIDIKAN ADMINISTRASI FAKULTAS EKONOMI UNY**

Oleh:

Purwanto, M.M., M. Pd.
Prof. Muhyadi
Nadia Sasmita Wijayanti, M. Si.
Wahyu Arifiani
Suyani

**PENELITIAN INI DIBIYAI DENGAN DIPA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
SK DEKAN FE UNY NOMOR: 541 TAHUN 2016 TGL 2 MEI 2016
SURAT PERJANJIAN PELAKSANAAN PENELITIAN
NOMOR: 579/UN34.18/PL/2016, TGL. 4 MEI 2016**

**JURUSAN PENDIDIKAN ADMINISTRASI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2016**



**DEPARTEMEN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI**

Alamat : Kampus Karangmalang Yogyakarta 55281 Telp : 586168

**LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN PENELITIAN KELOMPOK**

1. Judul Kegiatan : Pengembangan Pembelajaran Kerwirausahaan Industri
: MICE (*Meeting, Incentive, Convention & Exhibition*)
Di Jurusan Pendidikan Administrasi FE - UNY
2. Bidang Kegiatan : Penelitian kelompok
3. Lokasi Kegiatan : Fakultas Ekonomi UNY
4. Waktu Kegiatan : Maret – Agustus 2016
5. Ketua TIM :
- Nama Lengkap dan Gelar : Purwanto, M.M., M.Pd.
- NIP dan Golongan : 19570403 198303 1 005, IVb
- Pangkat/Jabatan : Pembina Tk. 1/Lektor Kepala
- Jurusan/Prodi : Pendidikan Administrasi/
Pendidikan Administrasi Perkantoran
- Fakultas : Ekonomi
6. Alamat Kantor : Jurusan Pendidikan Administrasi, FE UNY Kampus
Karangmalang Yogyakarta Telp. 586168 Ex. 583
7. Jumlah Anggota Penelitian : 3 orang dosen & 2 orang mahasiswa
8. Biaya yang diperlukan : Rp. 8.000.000,00

Yogyakarta, 25 Oktober 2016
Ketua Peneliti

Purwanto, M.M., M.Pd.
NIP. 19570403 198303 1 005

Mengetahui,
Dekan FE
Universitas Negeri Yogyakarta

Kajur Pendidikan Administrasi
FE UNY

Dr. Sugiharsono, M.Si.
NIP. 19550328 198303 1 002

Joko Kumoro, M.Si.
NIP. 19660626 198511

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberiksn rahmat sehingga penelitian yang berjudul “Pengembangan Pembelajaran Kerwirausahaan Industri MICE (*Meeting, Incentive, Convention & Exhibition*) Di Jurusan Pendidikan Administrasi FE - UNY” dapat diselesaikan.

Kami menyadari bahwa atas bantuan beberapa pihak maka Pengabdian Kepada Masyarakat dapat terselenggarakan. Untuk itu pada kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dekan FE UNY, yang telah memberikan kesempatan untuk menyelenggarakan penelitian
2. Ketua Jurusan, yang telah berkenan untuk terselenggaranya penelitian
3. Semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu, yang telah mendukung dan memberikan bantuan atas kegiatan penelitian yang telah diselenggarakan.

Harapan kami mudah-mudahan penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk meningkatkan pemberdayaan masyarakat desa. Selanjutnya kami menyadari bahwa pelaksanaan penelitian ini tidak lepas dari kelemahan dan ketidaksempurnaan. Untuk itu kritik dan saran kami terima dengan senang hati.

Yogyakarta, 25 Oktober 2016

Ketua Tim Penelitian

Purwanto, M.M.,M.Pd

NIP. 19570403 198303 1 005

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	iv
BAB I. PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan.....	Error! Bookmark not defined.
D. Manfaat.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II. LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR & PENGUJIAN HIPOTESIS	
Error! Bookmark not defined.	
A. Deskripsi Teori	Error! Bookmark not defined.
B. Kerangka Berfikir	21
C. Hipotesis (Produk yang dihasilkan).....	Error! Bookmark not defined. 23
BAB III. PROSEDUR PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined. 24
A. Langkah-langkah penelitian	Error! Bookmark not defined. 4
B. Metode Penelitian	26
1. Populasi sampel sumber data	Error! Bookmark not defined. 6
2. Teknik Pengumpulan Data	26
3. Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined. 7
4. Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined. 8
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined. 0
A. Desain Awal Produk (gambar dan penjelasan)	Error! Bookmark not defined. 0
B. Hasil Pengujian Pertama	Error! Bookmark not defined. 0
C. Revisi Produk (Tahap Selanjutnya).....	Error! Bookmark not defined. 6
D. Pembahasan Produk	Error! Bookmark not defined. 7
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN PENGGUNAANNYA.....	39
A. Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
B. Saran	39
DAFTAR PUSTAKA.....	40

LAMPIRAN FOTO (PROSES COACHING & MENTORING)	41
LAMPIRAN PRODUK (BUSINESS PLAN).....	42
LAMPIRAN ANGGOTA TIM PENELITIAN	43
SURAT PERNYATAAN.....	44
CURRICULUM VITAE	45

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul : Penembangan Pembelajaran Kewirausahaan MICE (Meeting), Incentive, Convention & Exhibition) di Jurs. Pend. Administrasi FE UNY
2. Bidang : Kewirausahaan
3. Ketua Pelaksana
 - a. Nama Lengkap : Drs. Purwanto, M.M., M.Pd
 - b. NIP/NIDN : 19570403 198303 1 005/0003045705
 - c. Pangkat/Golongan : Pembina Tk. 1
 - d. Jabatan : Lektor Kepala
 - e. Fakultas/Jurusan : FE/Pendidikan Administrasi
4. Jumlah Tim : 5 Orang
5. Lokasi Kegiatan : Fakultas Ekonomi UNY

6. Bila Progam ini merupakan kerjasama kelembagaan
 - a. Nama Instansi : -
 - b. Alamat : -

7. Jangka Waktu Kegiatan : 6 (enam) bulan
8. Biaya total : Rp 8.000.000,00
 - a. Sumber dari FE UNY : Rp 8.000.000,00
 - b. Sumber lain : -
 - c. Jumlah : Rp 8.000.000,00

Yogyakarta, 25 Oktober 2016
Ketua Pelaksana,

Purwanto, M.M., M.Pd.
NIP. 19570403 198303 1 005

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta

Ketua Jurusan
Pendidikan Administrasi

Dr. Sugiharsono, M.Si.
NIP. 19550328 198303 1 002

Joko Kumoro, M.Si
NIP. 19660626 198511 1 001

Pengembangan Pembelajaran Kerwirausahaan Industri MICE (Meeting, Incentive, Convention & Exhibition) Di Jurusan Pendidikan Administrasi FE – UNY

ABSTRAK
Purwanto, dkk

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) unjuk praktik kerja metode pembelajaran kewirausahaan industri MICE. 2) untuk menjawab tantangan dan tuntutan perubahan fenomena ini dimana universitas diharapkan mampu membuat lompatan kuantum dalam pembelajaran sehingga alumni kelak bisa lebih mandiri.

Penelitian ini menggunakan pengembangan (R & D). Populasi sebesar 52 orang mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran, Sampel menggunakan random sampling, sebesar 30 orang. Teknik analisa menggunakan signifikansi dengan korelasi t hitung, untuk uji hipotesa.

Hasilnya kecepatan pemahaman, kreativitas ide mahasiswa dan hasil belajar mahasiswa meningkat sekitar 20-30% setelah menerapkan model pengembangan mengajar baru. Disarankan agar mata kuliah kewirausahaan terintegrasi dengan mata kuliah lain seperti manajemen event, manajemen keuangan dan UKM di fakultas, agar mahasiswa dapat memunculkan peluang usaha dan ide kreatif dalam berbisnis.

Kata Kunci : Kewirausahaan, Model Pembelajaran, MICE

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan Negara kepulauan yang memiliki keberagaman budaya dan kekayaan alam. Sudah sejak dahulu hingga sekarang Indonesia menjadi perhatian masyarakat dunia, baik terkait keberagaman kekayaan budaya dan kekayaan alamnya. Pemerintah memanfaatkan hal ini melalui pengelolaan pendapatan negara melalui pengembangan sektor pariwisata. Bidang kepariwisataan tidak terlepas dari mata rantai sektor usaha jasa MICE. Kegiatan MICE selalu melibatkan banyak sektor dan banyak pihak sehingga menimbulkan pengaruh ekonomi ganda yang menguntungkan banyak pihak, bahkan keuntungan dari sektor MICE lebih tinggi 8-10 kali lipat dari sektor wisatawan biasa. Beberapa pihak potensial yang banyak mendapatkan keuntungan dari sektor MICE yaitu Event Organizer (EO), Professional Conference Organizer (PCO), Percetakan, Perusahaan Souvenir, Perhotelan, Biro Perjalanan Wisata, Transportasi, Usaha Kecil dan Menengah (UKM).

Secara Global, baik di tingkat kawasan benua Amerika dan Asia, pendapatan Negara-negara kawasan benua tersebut yang berbasis MICE rata-rata meningkat sebesar dua digit sejak terhitung tahun 2007. Peningkatan pendapatan Negara berbasis sektor usaha jasa MICE ini memberikan dampak positif terhadap industry MICE di Indonesia. Kondisi global sektor MICE ini secara tidak langsung mendorong pertumbuhan sektor MICE di Indonesia. Walaupun perkembangan usaha sektor MICE di Indonesia belum sebesar dan seberkembang pesat seperti di Negara maju, Indonesia memiliki peluang besar dalam mengembangkan sektor usaha MICE ini, mengingat keberagaman budaya dan kekayaan alam Indonesia yang tidak kalah dengan negara maju.

Semakin pesatnya perkembangan industri MICE, mendorong perkembangan industri perdagangan internasional di bidang teknologi informasi dan transformasi. Kota besar di Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Yogyakarta dan kota-kota lain yang berdekatan, menyumbang prosentase signifikansi pendapatan dalam mendatangkan tamu yang menginap dalam kerangka bisnis MICE.

Pengembangan kegiatan bisnis MICE menjadi salah satu prioritas program pengembangan pariwisata karena kegiatan yang digelar di kota akan berdampak positif terhadap sektor pariwisata. Pengembangan yang perlu dilakukan yaitu pemenuhan fasilitas MICE yang memadai, layanan yang ramah serta berkualitas, pemasaran jasa yang terupdate dan terintegrasi.

Selain itu, kegiatan pendidikan adalah benteng terakhir peradaban manusia. Begitu besar peran pendidikan terhadap hajat hidup manusia seperti yang pernah ditekankan oleh Aristoteles bahwa pendidikan adalah bekal yang paling baik dalam menghadapi hari tua. Bekal yang paling baik karena pendidikan diakui mampu sebagai mobilitas sosial, yaitu sebagai wadah perubahan sosial berarus utama (*mainstream*) peserta didik ke arah arus realitas sosial. Seiring perkembangan jaman, masyarakat lebih mempercayai kemampuan praktis daripada bukti kepemilikan ijazah yang kadang-kadang tidak sesuai dengan kenyataannya. Sehingga sudah sepatutnya perguruan tinggi menjadi institusi terakhir dalam membentuk insan berpendidikan.

Setiap perguruan tinggi selayaknya memberikan peluang bagi tumbuhnya pendidikan yang lebih bisa memberikan keterampilan praktis bagi kebutuhan dunia usaha riil yang tentunya memiliki pengaruh bagi seseorang, sehingga pendidikan di universitas harus lebih menekankan pada sifat sosial dan jauh lebih berdampak

fenomena di lingkungan praktis. Akhirnya, apa yang kita ajarkan dan cara kita mendidik memiliki kesempatan untuk berubah, khususnya di kewirausahaan.

Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran FE UNY berusaha menjawab tantangan dan tuntutan perubahan fenomena ini dimana universitas diharapkan mampu membuat lompatan kuantum dalam pembelajaran sehingga alumni kelak bisa mengatakan bahwa universitaslah yang merubah hidup saya. Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran FE UNY akan mengembangkan metode pembelajaran kewirausahaan berbasis sektor usaha MICE. Tujuan awal pengembangan metode pembelajaran tersebut adalah untuk memberikan bekal mahasiswa agar mampu menapaki dunia rill dan mampu membaca peluang sektor usaha MICE di Yogyakarta.

Konteks pengembangan metode kewirausahaan berbasis sektor MICE ini, penting untuk mendorong mahasiswa untuk berpikir dan bertindak kewirausahaan serta punya etis dan bertanggung jawab sosial.

Sebagai kota wisata, Yogyakarta berpeluang besar dalam mengembangkan sektor usaha MICE. Tidak hanya dari urusan belanja, Yogyakarta juga memiliki fasilitas memadai antara lain hotel berbintang, Jogja Expo Center (JEC), Malioboro Mall, Ambarukmo Plasa, termasuk Gedung Pasifik Hall di Jalan Magelang, adalah beberapa tempat konvensi dan pameran yang banyak diminati para pengunjung. Beberapa hotel yang cukup populer untuk penyelenggaraan bisnis MICE di Yogyakarta antara lain: hotel Bintang 5 (Tentrem Hotel, Melia Purosani Hotel, Aquila Prambanan Hotel); hotel Bintang 4 (Natour Garuda Hotel, Santika Hotel, Sahid Garden Hotel, Yogya International Hotel, Jayakarta Hotel, Radisson Plaza Hotel); hotel Bintang 3 (Mutiara Hotel, Puri Artha Hotel, Sriwedari Hotel & Cottages, Phoenix Heritage Hotel); hotel

Bintang 2 (Mendut Hotel, Matahari Hotel); hotel Bintang 1 (Cakra Kembang Hotel, Air Langga Hotel, Dwi Pari Hotel) (Dinas Pariwisata Yogyakarta, 2007). Pertumbuhan hotel dan fasilitasnya secara langsung akan berpengaruh terhadap penyediaan fasilitas pendukung lain untuk usaha wisata MICE.

Perkembangan hotel di Yogyakarta juga diikuti perkembangan akses dari dan keluar Yogyakarta melalui Bandar Udara Adi Sucipto dan Stasiun Kota Tugu. Dilengkapi pula akses transportasi umum seperti Transjogja dan beberapa lokasi yang memiliki fasilitas telekomunikasi berupa warung internet atau tempat akses *wi-fi*. Di lokasi tengah kota dan pinggiran kota tersedia rumah makan dan beragam sajian kuliner dari yang menyajikan menu tradisional hingga modern. Beragamnya fasilitas penyelenggaraan pariwisata di Yogyakarta menjadi daya tarik luar biasa dalam penyelenggaraan acara pertemuan, insentif, konvensi dan pameran untuk memeriahkan obyek-obyek wisata yang ada. Pengembangan yang disengaja atas bisnis MICE ini tentu akan memicu perkembangan acara itu di masa yang akan datang.

Dengan predikat sebagai kota wisata, kota Yogyakarta sangat potensial dikembangkan lebih lanjut menjadi kawasan tujuan wisata MICE dengan cakupan fasilitas yang lebih luas dan berkualitas. Sehingga, perlu adanya sinergi di antara para pelaku bisnis MICE dalam kegiatan promosi dan pemasaran serta kemitraan antara pemerintah dan swasta dalam pengembangan dan penyelenggaraan acara MICE, terutama untuk tingkat nasional, regional dan internasional untuk membangun daya saing dan keunggulan bersama.

Oleh karena itu, diperlukan adanya peran dari para alumni peserta didik dari institusi pendidikan untuk bisa menangkap peluang besarnya bisnis MICE di

Yogyakarta. Melalui pengembangan metode pembelajaran kewirausahaan, mahasiswa akan diberikan panduan dalam mempelajari bidang MICE, tentang konsep perencanaan serta penyelenggaraan kegiatan MICE, diskusi studi kasus yang disesuaikan dengan topik MICE, pembahasan perkembangan bisnis MICE yang cepat disertai penggunaan teknologi telah memberikan nuansa baru pada bisnis MICE, sehingga mahasiswa mempunyai pandangan mengenai penyelenggara kegiatan MICE di Yogyakarta dan di era globalisasi secara menyeluruh.

Upaya Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran FE UNY untuk menjawab tuntutan dan tantangan pengembangan metode pembelajaran kewirausahaan di industri MICE saat ini adalah dengan mengembangkan dan menyempurnakan sumber daya manusia yang sudah dimiliki. Penyempurnaan dilakukan pada berbagai aspek yang menjadi catatan pada Dinas Pariwisata Yogyakarta, dimana banyaknya fasilitas yang sudah tersedia, mahasiswa diharapkan melalui penelitian ini, nantinya akan memiliki pengalaman pembelajaran seputar dunia industri MICE.

B. Identifikasi Masalah

Adapun permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini adalah:

1. Rendahnya kesadaran mahasiswa untuk berwirausaha.
2. Sulitnya mahasiswa menemukan masalah bidang administrasi perkantoran terkait dengan entrepreneur.
3. Belum pahamnya mahasiswa tentang peluang bisnis bidang administrasi perkantoran.
4. Rendahnya mahasiswa terhadap pemahaman dalam membuat *business plan* yang efektif dan efisien.

5. Metode pembelajaran kewirausahaan di Prodi Adminiatrasi Perkantoran masih terbatas pada ranah pembentukan sikap berwirausaha.
6. Metode pembelajaran kewirausahaan belum mengarah bagaimana cara menggali subsatansi bidang administrasi perkantoran yang layak untuk dijadikan media yang dapat dijual.

C. Rumusan Masalah

Permasalahan dalam penelitian ini antara lain adalah: (1) kekurangadaran mahasiswa berwirausaha, (2) belum pahamnya mahasiswa tentang peluang bisnis MICE di Yogyakarta, (3) belum pahamnya konsep bisnis MICE secara umum, (4) Rendahnya minat berwirausaha di industri MICE, (5) metode praktek pembelajaran kewirausahaan masih belum sempurna, dan (6) belum pahamnya membuat *business plan* yang efektif dan efisien. Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dilakukan, permasalahan secara umum terkait dengan minat berwirausaha yang masih rendah dan kekurangpahaman mahasiswa terkait bisnis MICE. Oleh karena itu, rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana pengembangan metode praktik pembelajaran wirausaha industri MICE pada mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran FE UNY?
- b. Bagaimana efektivitas dan signifikansi model pembelajaran baru dan lama mata kuliah kewirausahaan industri MICE di Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran FE UNY?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan pengembangan metode pembelajaran kewirausahaan industri MICE adalah untuk mengetahui sejauh mana mahasiswa mampu menganalisa peluang usaha di industri MICE. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui unjuk praktek kerja metode pembelajaran kewirausahaan industri MICE setelah mengetahui konsep dasar MICE dan setelah melakukan diskusi pembahasan MICE.

Tujuan penelitian dan pengembangan metode ini adalah untuk menyempurnakan metode pembelajaran kewirausahaan untuk sektor industri MICE sehingga dapat digunakan untuk mendukung sistem pembelajaran mata kuliah kewirausahaan.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian dan pengembangan metode pembelajaran kewirausahaan ini adalah:

- a. Memperoleh pengetahuan tentang metode pembelajaran kewirausahaan Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran FE UNY sesuai dengan tuntutan kebutuhan praktik dunia kerja di sector MICE.
- b. Mendapatkan informasi sejauh mana kedalaman pemahaman mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran FE UNY tentang konsep MICE dan dunia MICE.
- c. Memberikan bekal mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran FE UNY untuk memulai langkah awal berbisnis di sektor MICE di Yogyakarta.
- d. Memberikan pengetahuan *management skill* kepada mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran FE UNY dalam mengorganisasikan suatu usaha di sector

MICE dengan memberikan kesempatan berinteraksi secara langsung dan mengetahui bagaimana kekurangan dan kelebihan dalam perkembangan usaha ini.

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR & PENGUJIAN HIPOTESIS

A. Deskripsi Teori

1. MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*)

MICE merupakan suatu wisata konvensi yang dimana wisatawan atau tamu memberikan jasa pelayanan bagi suatu pertemuan sekelompok orang seperti pejabat, pengusaha, politisi, atlit, negarawan, dan yang lainnya untuk mengadakan pertemuan di suatu tempat dalam membahas beberapa masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama. Menurut Yoeti (2000:13), MICE adalah suatu rangkaian kegiatan para pengusaha atau profesional berkumpul di suatu tempat yang terkondisikan oleh suatu permasalahan, pembahasan dan kepentingan yang sama. Menurut Pendit (1999:25), MICE diartikan sebagai wisata konvensi, dengan batasan usaha jasa konvensi, perjalanan incentive dan pameran merupakan usaha dengan kegiatan memberi jasa pelayanan bagi suatu pertemuan sekelompok orang untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama. MICE berasal dari kata *Meeting, Incentive, Exhibition, and Conference*. Berikut penjelasan mengenai beberapa istilah yang berhubungan dengan MICE :

a. *Meeting*

Meeting adalah istilah bahasa inggris yang berarti pertemuan, persidangan, atau rapat. Meeting merupakan suatu kegiatan yang termasuk di dalam MICE. Menurut Kesrul (2004:8), *Meeting* adalah suatu pertemuan atau persidangan yang diselenggarakan oleh kelompok orang yang tergabung dalam asosiasi, perkumpulan atau perserikatan dengan tujuan mengembangkan profesionalisme, peningkatan

sumber daya manusia, menggalang kerja sama anggota dan pengurus, menyebarluaskan informasi terbaru, publikasi, hubungan kemasyarakatan. Menurut Kesrul (2004:3), *Meeting* adalah suatu kegiatan kepariwisataan yang aktifitasnya merupakan perpaduan antara leisure dan business, biasanya melibatkan orang secara bersama-sama. Jadi, pengertian meeting adalah segala jenis bentuk pertemuan yang selalu melibatkan sekelompok orang dengan tujuan tertentu. Seperti misalnya pertemuan untuk memutuskan sebuah perjanjian. Beberapa kegiatan *meeting*, yaitu Rapat pimpinan, Seminar/ *Workshop*, Pelatihan/*Gathering*.

b. *Incentive*

Incentive dalam Bahasa Indonesia diartikan sebagai suatu penghargaan, yaitu penghargaan pada seseorang seperti seorang karyawan atau mitra usaha dengan memberikan suatu imbalan atas prestasi yang diperoleh orang itu sendiri dengan menyelenggarakan suatu kegiatan. *Incentive* juga dapat dikategorikan sebagai suatu kegiatan pada MICE. *Incentive* juga dapat dikategorikan sebagai suatu kegiatan pada MICE. Menurut Kesrul (2004:18), *Incentive* merupakan hadiah atau penghargaan yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada karyawan, klien atau konsume. Bentuknya bisa berupa uang, paket wisata atau barang. Jadi, pengertian *Incentive* adalah merupakan bonus atau hadiah yang diberikan perusahaan kepada karyawan yang atas prestasi mereka dapat berupa : uang belanja, *coupon*, *voucher* akomodasi, gala *dinner*, *tour package*/liburan dan *incentive travelling*. Menurut UU no.9 tahun 1990 yang dikutip oleh Pendit (1999:27), *Incentive* adalah suatu kegiatan yang diselenggarakan oleh suatu perusahaan untuk para karyawan dan mitra usaha sebagai imbalan penghargaan atas prestasi mereka. Pengertian *Incentive* juga dijelaskan oleh Rogers (2003), yaitu,

Incentive travel is a global management tool that use an exceptional travel experience to motivate and/or recognize participants for incraserd of performace in support of the organizasional goal.

Dimana perjalanan intensif merupakan sebuah alat manajemen global yang menggunakan sebuah pengalaman perjalanan terbaik untuk motivasi dan atau mengenalkan kepada peserta konfrensi untuk meningkatkan kemampuan dalam mendukung sebuah organisasi global.

c. Conference

Conference adalah istilah Bahasa Inggris yang artinya konferensi, konvensi atau kongres. Menurut Surat Keputusan Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi Nomor : KM.108/HM.703/MPPT-91, mendefinisikan konferensi, kongres, atau konvensi merupakan suatu kegiatan pertemuan sekelompok orang dari berbagai kalangan, seperti dari negarawan, pengusaha, pembisnis, dan lain sebagainya, untuk membahas masalah masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama. Menurut Kesrul (2004:7), *conference* atau konferensi adalah suatu pertemuan yang diselenggarakan terutama mengenai bentuk-bentuk tata karena, adat atau kebiasaan yang berdasarkan mufakat umum, dua perjanjian antara negara-negara para penguasa pemerintahan atau perjanjian internasional mengenai topik tawanan perang dan sebagainya. Menurut Pendit (1999:29),

Istilah *conference* diterjemahkan dengan konferensi dalam Bahasa Indonesia yang mengandung pengertian sama. Praktiknya, arti *meeting* sama saja dengan *conference*, maka secara teknis akronim mice sesungguhnya adalah istilah yang memudahkan orang mengingatnya bahwa kegiatan-kegiatan yang dimaksud sebagai perencanaan, pelaksanaan dan penyelenggaraan sebuah meeting, *incentive, conference*

dan exhibition hakekatnya merupakan sarana yang sekaligus adalah produk paket-paket wisata yang siap dipasarkan. Pengertian *conference* juga dijelaskan oleh McLeod (1993), *conference* adalah sebuah istilah yang biasanya digunakan untuk menguraikan sebuah pertemuan (*meeting*) yang biasanya diselenggarakan lebih dari 3 hari sampai 6 hari yang berisi speakers program, paripurna, sesi bersama, dan program sosial yang semuanya didesain untuk memperluas jejaring dan menikmati tempat dilaksanakannya kegiatan tersebut. Jadi, pengertian conference adalah suatu pertemuan yang cakupannya sangat luas yang mengangkat isu yang lebih luas serta berpengaruh terhadap orang banyak. Contoh kegiatan conference konferensi antar negara, rapat perjanjian dari berbagai perusahaan Internasional, rapat musyawarah daerah.

d. Exhibition

Exhibition berarti pameran, dalam kaitannya dengan industri pariwisata, pameran termasuk dalam bisnis wisata konvensi, yaitu pameran untuk menyebarluaskan informasi dan sekaligus promosi yang ada hubungannya dengan penyelenggaraan konvensi atau kegiatan pariwisata. Menurut Pendit (1999:34), *Exhibition* berarti pameran, dalam kaitannya dengan industri pariwisata, pameran termasuk dalam bisnis wisata konvensi. Hal ini diatur dalam Surat Keputusan Menparpostel RI No. KM. 108 / HM. 703 / MPPT-91, Bab I, Pasal 1c, yang dikuitp oleh Pendit dan berbunyi berbunyi “Pameran merupakan suatu kegiatan untuk menyebarluaskan informasi dan promosi yang ada hubungannya dengan penyelenggaraan konvensi atau yang ada kaitannya dengan pariwisata. Menurut Kesrul (2004:16), *Exhibition* adalah ajang pertemuan yang dihadiri secara bersama-sama yang diadakan di suatu ruang pertemuan atau ruang pameran hotel, dimana

sekelompok produsen atau pembeli lainnya dalam suatu pameran dengan segmentasi pasar yang berbeda. Jadi, pengertian exhibition adalah pameran untuk menyebarluaskan informasi dan sekaligus promosi yang ada hubungannya dengan penyelenggaraan konvensi atau kegiatan pariwisata. Contoh dari kegiatan *Exhibition* yaitu yaitu : Pameran lukisan, Pameran Kerajinan daerah, Pameran UMKM. Dari beberapa pengertian diatas, maka dapat disimpulkan pengertian MICE secara keseluruhan yang didefinisikan pula menurut para ahli diantaranya :

- 1) Menurut Pendit (1999:25), MICE diartikan sebagai wisata konvensi, dengan batasan usaha jasa konvensi, perjalanan incentive dan pameran merupakan usaha dengan kegiatan memberi jasa pelayanan bagi suatu pertemuan sekelompok orang untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama.
- 2) Menurut Yoeti (2000:13), mengatakan bahwa MICE merupakan suatu rangkaian kegiatan para pengusaha atau profesional berkumpul pada suatu tempat yang terkondisikan oleh suatu permasalahan, pembahasan dan kepentingan yang sama.

Contoh-contoh kegiatan MICE yaitu :

- a) Seminar (*workshop*)
- b) Rapat Pimpinan
- c) Pelatihan/training/ gathering
- d) *Tour Package*
- e) *Gala dinner*
- f) Voucher akomodasi/ voucher belanja
- g) Konferensi antar negara
- h) Rapat perjanjian dari berbagai perusahaan Internasional
- i) Pameran kerajinan daerah
- j) Pameran lukisan
- k) Promosi produk UMKM

MICE menurut peraturan pemerintah RI No. 67, secara eksplisit telah dijelaskan dalam Peraturan Pemerintah RI No.67/1996 tentang Penyelenggaraan

Kepariwisataan Presiden Republik Indonesia sebagai pelaksanaan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990, melalui pasal-pasal sebagai berikut :

Pasal 6

Pada Pasal 6 menyebutkan bahwa jenis usaha jasa pariwisata dapat berupa usaha :

- a. Jasa biro perjalanan wisata
- b. Jasa agen perjalanan wisata
- c. Jasa pramuwisata
- d. Jasa konvensi, perjalanan insentif dan pameran
- e. Jasa impresariat
- f. Jasa konsultan pariwisata dan
- g. Jasa informasi pariwisata

Adapun paragraph yang secara khusus mengatur tentang wisata konvensi seperti yang tercantum di bawah ini :

Paragraf 4

Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif dan Pameran

Pasal 22

Usaha jasa konvensi, perjalanan insentif dan pameran diselenggarakan oleh Perseroan Terbatas atau Koperasi.

Pasal 23

Badan usaha jasa konvensi, perjalanan insentif dan pameran harus memenuhi persyaratan sekurang-kurangnya :

- a) memiliki tenaga profesional dalam jumlah dan kualitas yang memadai

b) mempunyai kantor tetap yang dilengkapi dengan fasilitas pendukung usaha.

Pasal 24

1. Kegiatan usaha jasa konvensi, perjalanan insentif dan pameran yang meliputi :

- a) Penyelenggaraan kegiatan konvensi
- b) Perencanaan dan penawaran penyelenggaraan konvensi
- c) Perencanaan dan pengelolaan anggaran penyelenggaraan konvensi
- d) Pelaksanaan dan penyelenggaraan konvensi
- e) Pelayanan terjemahan simultan
- f) Perencanaan, penyusunan dan penyelenggaraan program perjalanan insentif
- g) Perencanaan dan penyelenggaraan pameran
- h) Penyusunan dan pengkoordinasian penyelenggaraan wisata sebelum, selama dan sesudah konvensi
- i) Penyediaan jasa kesekretariatan bagi penyelenggaraan konvensi, perjalanan insentif dan pameran dan
- j) Kegiatan lain guna memenuhi kebutuhan peserta konvensi, perjalanan insentif dan pameran.

2. Kegiatan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf a, huruf b dan huruf c merupakan jenis kegiatan pokok yang wajib diselenggarakan oleh badan usaha jasa konvensi, perjalanan insentif dan pameran.

Pasal 25

1. Badan usaha jasa konvensi, perjalanan insentif dan pameran harus wajib :

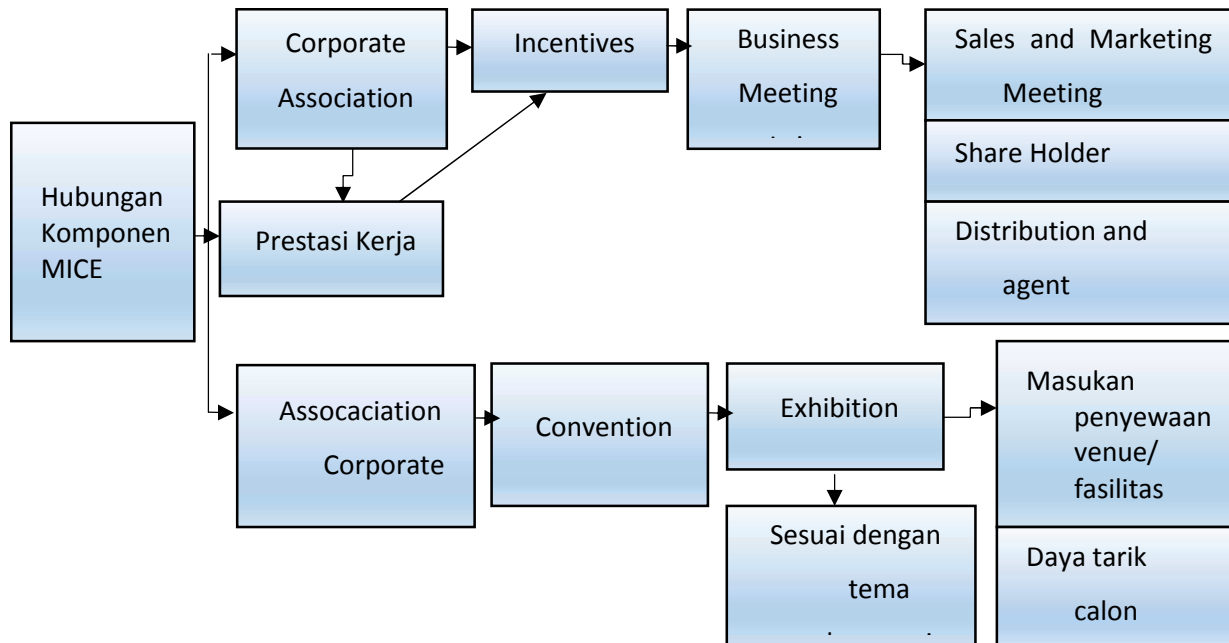
- a) memenuhi jenis dan kualitas jasa yang dikemas dan atau dijanjikan dalam penawaran penyelenggaraan konvensi, perjalanan insentif dan pameran

- b) mengurus perizinan yang diperlukan bagi penyelenggaraan kegiatan konvensi dan pameran sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Badan usaha jasa konvensi, perjalanan insentif dan pameran bertanggung jawab atas keselamatan wisatawan yang melakukan perjalanan wisata berdasarkan program perjalanan insentif yang dijualnya.

Berikut ini adalah penjelasan mengenai hubungan komponen MICE :

- a. Tanda panah ke atas

Seorang karyawan memiliki suatu prestasi kerja dari suatu perusahaan ataupun asosiasi kemudian dia menerima incentive atau bonus dari perusahaan ataupun asosiasi tersebut atas prestasi kerja yang diraihnya. Jadi, apabila karyawan memiliki prestasi kerja di perusahaan, biasanya perusahaan memberikan hak karyawan tersebut yang biasa disebut incentive, bisa berupa *gala dinner, voucher traveling, shopping voucher* dan sebagainya. Besaran dan variasi incentive yang diberikan bisa beragam, sesuai dengan prestasi karyawan ataupun tawaran kesempatan yang diperoleh perusahaan tersebut. Kegiatan berupa *gala dinner, voucher traveling, shopping voucher, free accommodation, pre-and post-conference tours* merupakan *traveling incentive*. Pada umumnya kegiatan *incentive* berhubungan dengan kegiatan pariwisata lainnya, seperti akomodasi, hiburan, transportasi, perjalanan pra dan pasca konferensi.



Bagan 1. Bagan Komponen MICE

b. Tanda panah ke bawah

Suatu perusahaan ataupun asosiasi membuat suatu konvensi di suatu tempat, dalam konvensi tersebut diadakan pameran yang sesuai dengan tema dari konvensi tersebut, pameran tersebut menjadi bonus bagi konvensi. Selain menjadi bonus, pameran tersebut juga menjadi pendapatan (*income*) bagi tempat diadakannya konvensi tersebut, juga menjadi daya tarik bagi calon delegasi yang datang. Sehingga, selain para delegasi bisa mengikuti konvensi, mereka bisa menyaksikan pameran yang diadakan di lokasi konvensi.

Antar komponen MICE memiliki hubungan yang erat satu sama lain, misalnya *Meeting* dan *Incentive*. Ketika sebuah perusahaan mengadakan rapat perusahaan di suatu tempat, dan karyawan yang berangkat merupakan delegasi pilihan yang prestasi kerjanya diatas rata-rata, dengan kata lain mereka mendapatkan bonus di tempat meeting tersebut, bisa berupa mengikuti atau

melihat pameran di lokasi meeting tersebut. MICE dikatakan sukses apabila dari satu event bisa mendatangkan pemasukan lain melalui event lain yang terselenggara di lokasi yang sama.

Pelaksanaan MICE menurut Kesrul (2004:9), dalam penyelenggara kegiatan MICE, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain:

1. Penetapan lokasi dan ruang MICE

Dalam penentuan terjadi 2 kemungkinan sebagai berikut : 1) Pihak klien yang menetapkan dan mengkonfirmasi lokasi tempat penyelenggaraannya. 2) Pihak perencana tidak meneruskan proses lebih lanjut.

Perencana mutlak menentukan lokasi dan tempat pertemuan, misalnya menyelenggarakan suatu seminar atau workshop atau konferensi. Pertimbangan dalam menentukan kondisi sekitar lokasi dimana pertemuan akan digelar. Pertimbangan tempat penyelenggara secara geografis dengan spread of the person attending: terlalu jauh dari tempat peserta.

2. Perlengkapan fasilitas MICE

Menurut Kesrul (2004:90) Perlengkapan fasilitas dan pelayanan kesekretariatan dari pertemuan atau konferensi amat beragam sehingga tidak ada standar yang berlaku umum. Dalam menentukan perlengkapan suatu pertemuan perlu memahami dengan seksama beberapa hal berikut: :

- a. Jumlah peserta.
- b. Jumlah ruangan yang dibutuhkan.
- c. Jenis dan jumlah equipment yang diperlukan.

- d. Bentuk pengaturan tempat duduk.
 - e. Jenis pertemuan dan lamanya.
 - f. Akomodasi peserta MICE.
3. Penanganan transportasi.

Meeting planner atau PCO bertanggung jawab dalam pengaturan transportasi bagi keseluruhan peserta MICE. Menurut Kesrul (2004:104), ada enam point dalam pengaturan transportasi yaitu :

- a. Transportasi udara.
 - b. *Airport shuttle service.*
 - c. Multiple property shuttle.
 - d. *VIP transportation.*
 - e. *Local tour.*
 - f. *Staff transportation.*
4. Pelayanan makanan dan minuman

Menurut Kesrul (2004:113), Mengemukakan bahwa agar acara pertemuan atau konferensi berjalan dengan lancar dan mengurangi complaint makanan dan minuman. Seorang meeting manager perlu memeriksa lokasi dan penempatan *reguler food and beverage, room service* dan *banquet capabilities*. Evaluasi kualitas makanan dan minuman meliputi *appearance and attractiveness, cleanliness*, dan jenis serta variasi makanan dan minuman pada saat ramai (*peak hours*) untuk mengetahui ketersediaan stok pelayanan dan keterampilan. Termasuk harga yang sesuai dengan penawaran, di samping itu apakah perlu melakukan pemesanan terlebih

dahulu. Apakah restaurant tersebut melayani permintaan khusus atau tambahan menyangkut lay out dan jenis makanan dan minuman.

5. Akomodasi

Berikut ini daftar penanganan akomodasi yang harus di cek :

- a. Akomodasi sesuai harapan peserta.
- b. Penginapan : Jumlah kamar, tipe kamar dan tempat tidur.
- c. Kamar gratis untuk panitia atau komite : jumlah, tipe, dan fasilitas yang harus dibayar.
- d. Kamar khusus untuk organisasi dan tamu resmi : jumlah, tipe, dan harga.

2. Metode pembelajaran kewirausahaan efektif

Menurut Joan Midden-fort dalam Soekartawi memberikan saran tentang bagaimana cara meningkatkan efektivitas mengajar yaitu:

- a. Menyiapkan segala sesuatunya dengan baik
- b. Buat motivasi di kelas
- c. Tumbuhkan dinamika dan *enthuism* dalam diri pengajar
- d. Menciptakan kesempatan untuk berkomunikasi dengan siswa
- e. Perbaiki terus isi atau kualitas bahan ajar

3. Konsep dasar kewirausahaan (*entrepreneurship*)

Menurut Carre dan Thurik (2002) *entrepreneuership* merupakan manifestasi kemampuan dan kemauan individual, baik sendiri, dalam tim, di dalam ataupun di luar organisasi untuk menciptakan peluang baru, dan mengenalkan ide mereka ke pasar , dalam upaya

menghadapi ketidakpastian dan keterbatasan, melalui pengambilan keputusan lokasi, bentuk dan penggunaan sumberdaya dan lembaga. Dari definisi ini dapat dilihat bahwa entrepreneurship merupakan karakteristik perilaku orang, bukan jabatan, ataupun sinonim dari industri kecil. Meskipun entrepreneurship bukan merupakan sinonim dari industri kecil, namun industri kecil merupakan

Level of Learning	Abilities	The context
Know – why	Internal strength	Self confidence; Working under pressure; Flexibility; Courage to take risks; Commitment
Know – how	Ability to perform Planning and organizing	Energy; Initiative; Innovativeness; Persistency Analytical thinking; Systematical approach; Ability in organizing
Know – who	Ability to co – operate	Networking abilities; Cooperativeness; Ability to communicate and listen; Customer focus; Supporting others
Know – when	Understanding the core issues	Instinct for business; Intuitiveness; Anticipation
Know – what	Managerial abilities Information management	Understanding people; Mentoring leadership; Guiding people’ Expertise; Wide – coverage; Learning and managing; information; Understanding organizational aspects

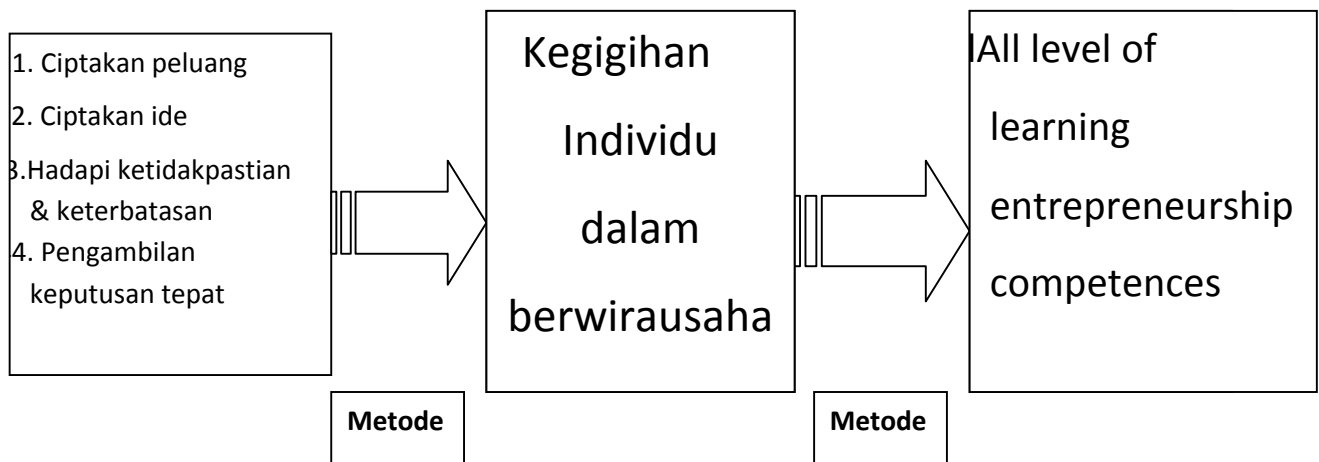
kendaraan bagi para individu untuk menyalurkan ambisi entrepreneurial mereka. (Lumpkin dan Des, 1996). Para individu yang menyalurkan ambisi entrepreneurial dikenal sebagai entrepreneurs. Konsep *entrepreneurship* telah diterapkan pada berbagai tingkat, sebagai contoh, individual, kelompok, dan keseluruhan organisasi. Entrepreneurship sering diidentikkan sebagai upaya individual karena seringkali diasosiasikan dengan pengenalan penemuan revolusioner. (Kilby, 1971 dalam Lumpkin dan Des, 1996). Terdapat tiga peran entrepreneurial yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yaitu; sebagai innovator

(Schumpeterian entrepreneurship), sebagai pencari peluang keuntungan (Kirznerian entrepreneurship), dan pengambil risiko atas ketidakpastian (Knightian entrepreneurship). Ketiga peran entrepreneurial tersebut terdapat tiga dimensi sebagai tolok ukur keberadaan entrepreneurship di suatu perusahaan yaitu innovativeness, risk taking, dan proactiveness. Mantyneva (1996) menyarankan kompetensi – kompetensi yang dibutuhkan untuk menjadi wirausaha, yaitu sebagaimana tersaji di tabel diatas.

Menurut Wennekers dan Thurik (1999) menyatakan bahwa pengukuran makro kewirausahaan perlu menjalankan kewirausahaan sebagai konsep multidimensi dari tipologi yang dikembangkan pada tingkat mikro. Meskipun tidak selalu ditulis dalam bahasa pertumbuhan ekonomi, literatur tentang penciptaan lapangan kerja memberikan bukti empiris yang cukup. Menurut Picot et al. (1998) telah menemukan efek Schumpeter, dimana perusahaan baru meningkatkan tingkat kerja dengan merangsang kegiatan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja baru. Menurut Audretsch dan Thurik (2000) yang menerapkan asumsi untuk membangun persamaan estimasi dengan perubahan kepemilikan usaha sebagai faktor kausal dalam perubahan tingkat pengangguran. Menggunakan data untuk 23 negara OECD 1974-1994. menunjukkan bahwa pertumbuhan jumlah pengusaha menyebabkan penurunan tingkat pengangguran.

B. Kerangka Pikir

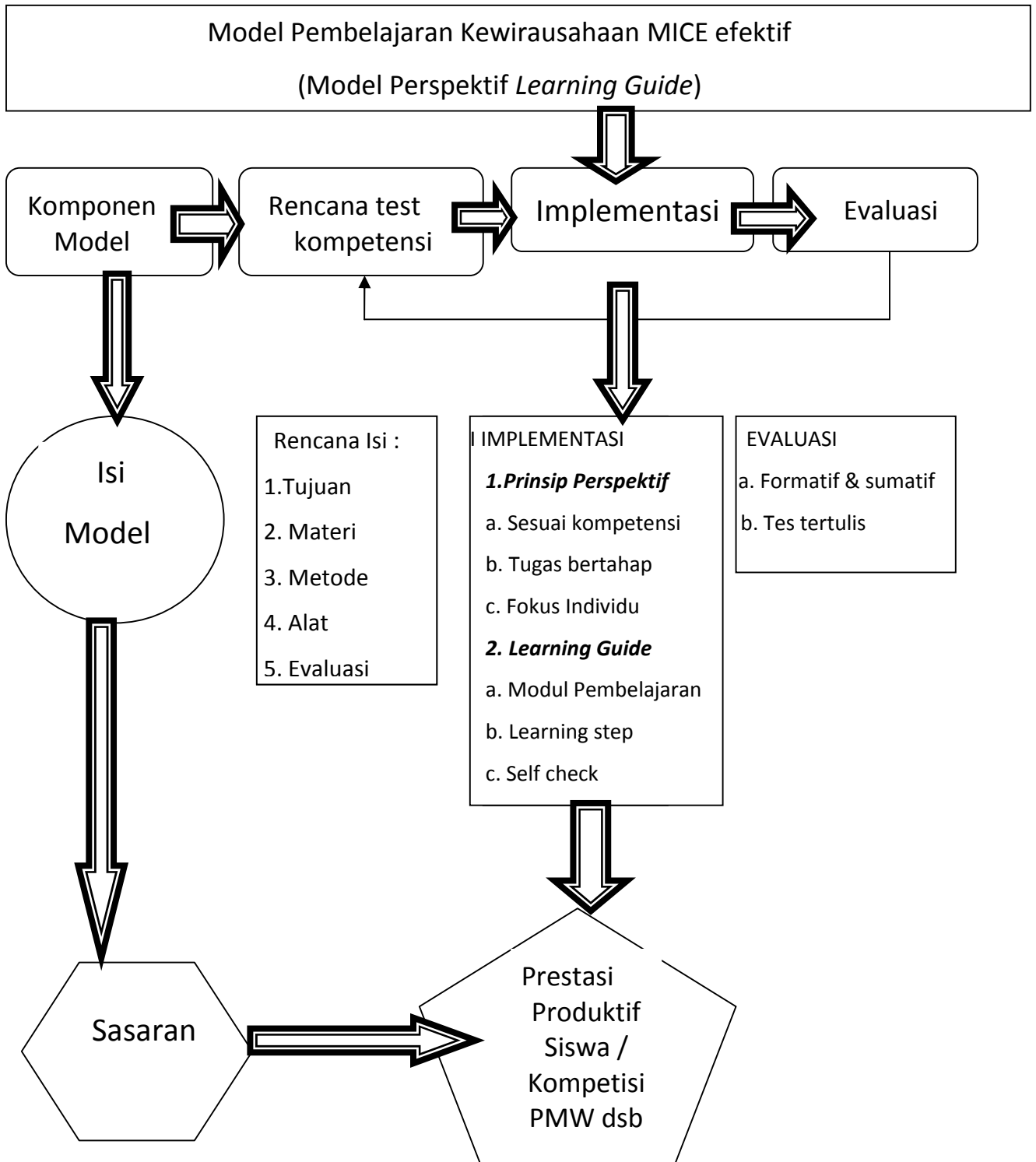
Kerangka teoritis yang dibangun berdasarkan pada model yang dibangun oleh Caree dan Thurik (2006), Lumpkin dan Des (1996), dan Mantyneva (1996)



1. Menentukan paradigma atau kerangka teoretis yang akan digunakan, kerangka konseptual dan kerangka operasional variabel yang akan diteliti.

2. Memberikan penjelasan secara deduktif mengenai hubungan antarvariabel penelitian. Tahapan berpikir deduktif meliputi tiga hal yaitu: (a) Tahap penelaahan konsep (conceptioning), yaitu tahapan menyusun konsepsi-konsepsi (mencari konsep-konsep atau variabel dari proposisi yang telah ada, yang telah dinyatakan benar). (b) Tahap pertimbangan atau putusan (judgement), yaitu tahapan penyusunan ketentuan-ketentuan (mendukung atau menentukan masalah akibat pada konsep atau variabel dependen). (c) Tahapan penyimpulan (reasoning), yaitu pemikiran yang menyatakan hal-hal yang berlaku pada teori, berlaku pula bagi hal-hal yang khusus.
3. Memberikan argumen teoritis mengenai hubungan antar variabel yang diteliti. Argumen teoritis dalam kerangka pemikiran merupakan sebuah upaya untuk memperoleh jawaban atas rumusan masalah. Dalam prakteknya, membuat argumen teoritis memerlukan kajian teoretis atau hasil-hasil penelitian yang relevan. Hal ini dilakukan sebagai petunjuk atau arah bagi pelaksanaan penelitian. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah, oleh karena argumen teoritis sebagai upaya untuk memperoleh jawaban atas rumusan masalah, maka hasil dari argumen teoritis ini adalah sebuah jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian. Sehingga pada akhirnya produk dari kerangka pemikiran adalah sebuah jawaban sementara atas rumusan masalah (hipotesis).
4. Merumuskan model penelitian. Model adalah konstruksi kerangka pemikiran atau konstruksi kerangka teoretis yang diragakan dalam bentuk diagram dan atau persamaan-persamaan matematik tertentu. Esensinya menyatakan hipotesis penelitian. Sebagai suatu kontruksi kerangka pemikiran, suatu model akan menampilkan: (a) jumlah variabel yang diteliti, (b) prediksi tentang pola hubungan antar variabel, (c) dekomposisi hubungan antar variabel, dan (d) jumlah parameter yang diestimasi.

C. Hipotesis (Produk yang dihasilkan)



Gambar 1.

Model Hipotetik Pembelajaran Perspektif pada Mata Kuliah Kewirausahaan dengan Penerapan *Learning Guide*

BAB III PROSEDUR PENELITIAN

A. Langkah-langkah Penelitian

Penelitian diawali dengan perumusan masalah yang diikuti dengan penjabaran latar belakang dan pencarian dasar teori. Perumusan masalah berdasarkan hasil dari analisa *research gap* antara harapan institusi terhadap lulusan terkait keberhasilan dalam pemahaman dan praktek mata kuliah kewirausahaan berbasis MICE (*Meeting, Incentive, Convention and Exhibitions*) dengan kenyataan di dunia riil, bahwa lulusan belum ada yang mempraktekkan kewirausahaan di bidang MICE.

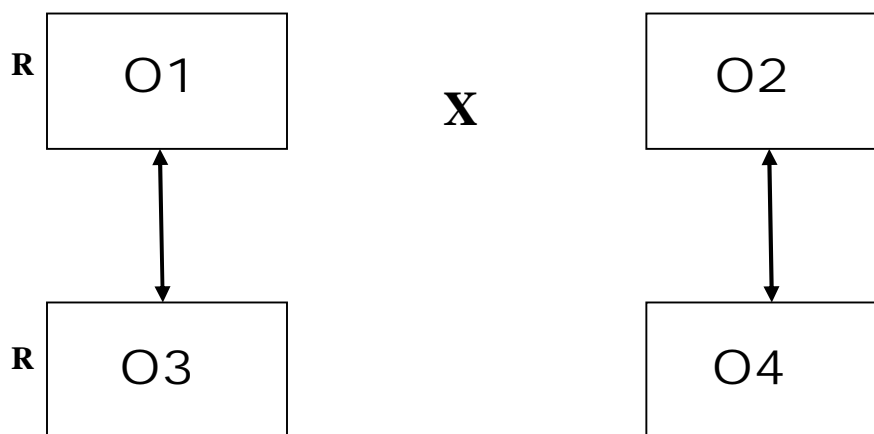
Research gap disebabkan oleh hasil pembelajaran dan formula pembelajaran yang dinilai kurang mendukung output dan *learning outcome* siswa. Berdasarkan *research gap* tersebut, disusunlah hipotesa pembelajaran perspektif pada kewirausahaan dengan penerapan Learning Guide berupa modul pembelajaran, learning step dan self check pada subjek penelitian.

Berangkat dari *research gap* tersebut, disusunlah hipotesa pembelajaran perspektif pada kewirausahaan dengan penerapan *Learning Guide* berupa modul pembelajaran, *learning step* dan *self check* pada subjek penelitian. Sasaran dari produk pembelajaran ini yaitu pemahaman siswa terhadap pelajaran meningkat, diikuti dengan kreativitas dan hasil belajar siswa juga meningkat, sehingga nantinya produktivitas siswa juga diharapkan akan meningkat dalam hal praktik riil terkait kewirausahaan di bidang MICE, misalnya lolos uji proposal untuk kompetisi PMW tingkat fakultas maupun universitas.

Hipotesa desain produk pembelajaran *Learning Guide* selanjutnya divalidasi oleh pakar atau praktisi yang berpengalaman menilai rancangan metode pembelajaran di

bidang kewirausahaan, tujuannya agar pakar menilai desain untuk diberi masukan atas temuan kekurangan dan kelebihan desain tersebut. Berdasarkan proses validasi, ditemukan beberapa kelemahan, sehingga perlu dilakukan perbaikan (revisi) desain.

Pembuktian hipotesa melalui pengujian eksperimen produk pembelajaran melalui sampling 30 siswa , dengan desain eksperimen menggunakan kelompok kontrol (*Pretest-posttest control group design*).



Gambar 2.

Desain eksperimen dengan kelompok kontrol (*Pretest-posttest control group design*).

Dalam penelitian ini dirumuskan hipotesa sebagai berikut :

1. H_0 :Efektivitas metode pembelajaran baru lebih kecil atau sama dengan metode kerja lama.
2. H_a : Efektivitas metode pembelajaran baru lebih baik dari metode kerja lama.

Efektivitas metode pembelajaran diukur dengan cara membandingkan antara nilai metode mengajar baru (O1) dengan metode mengajar lama (O2). O1 adalah nilai kelompok eksperimen, dan O2 adalah nilai kelompok kontrol. Kedua kelompok tersebut diberi

pretest atau melalui pengamatan untuk mengetahui posisi awal instrumen yaitu kecepatan pemahaman, kreativitas dan hasil belajar.

Pembuktian signifikansi perbedaan metode pembelajaran lama dan baru diuji statistic dengan t-test korelasi (related). Namun, dalam penelitian ini hanya dijabarkan secara deskriptif proses hasil validasi desain pembelajaran melalui Focus Discussion Group (FGD) sesuai teori Borg & Gall, yaitu penjelasan hingga tahap development alpha, belum sampai tahap evaluasi dan eksperimen, dimana wacana eksperimen akan dilanjutkan di tahap penelitian berikutnya.

B. Metode Penelitian

1. Populasi sampel sumber data

Sampel dari penelitian ini menggunakan teknik *random sampling*. Teknik ini digunakan mengingat populasi penelitian yang terlihat sekilas homogen, namun sebenarnya adalah heterogen, yaitu karakteristik populasi yang dimiliki sangat bervariasi, dilihat dari segi minat, motivasi, persepsi, dan lingkungan keluarga.

Populasi penelitian adalah mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran FE UNY yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan sejumlah 50 orang mahasiswa. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik *random sampling* yang diambil secara acak. Random sampling dilakukan karena peneliti menginginkan semua individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel. Cara pengambilan sampel dengan random melalui undian, yaitu pengambilan sampel dengan cara memberikan kesempatan kepada setiap individu untuk menjadi anggota sampel.

Menurut tabel Krejcie & Morgan (Isaac & Michael, 1982:193) dari populasi sebesar 50 orang , diperoleh sampel sejumlah 30 orang. Penelitian ini membahas hingga proses validasi metode pembelajaran kewirausahaan MICE melalui FGD (*Focus Discussion Grup*). Penggunaan sampel dilanjutkan di tahap eksperimen penelitian selanjutnya.

2. Teknik Penelitian

Penelitian dan pengembangan metode pembelajaran kewirausahaan ini menggunakan penelitian research dan development (R n D). Karakteristik langkah pokok R&D yang membedakannya dengan pendekatan penelitian lain. Borg and Gall, 1983 menjelaskan 4 ciri utama R&D, yaitu:

- a. **Studying research findings** pertinent to the product to be developed. (melakukan studi atau penelitian awal untuk mencari temuan-temuan penelitian terkait dengan produk yang akan dikembangkan).
- b. **Developing the product** base on this findings. (mengembangkan produk berdasarkan temuan penelitian tersebut).
- c. **Field testing** it in the setting where it will be used eventually. (dilakukannya uji lapangan dalam seting atau situasi senyatanya dimana produk tersebut nantinya digunakan).
- d. **Revising** it to correct the deficiencies found in the field-testing stage. (melakukan revisi untuk memperbaiki kelemahan-kelemahan yang ditemukan dalam tahap-tahap uji lapangan).

3. Instrumen Penelitian

Instrumen dalam pemilihan metode ini yaitu kecepatan pemahaman terhadap istilah MICE, kreativitas ide dan hasil belajar (proposal bisnis plan).

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui teknik pengumpulan data berupa angket, observasi, dan wawancara. Untuk melakukan pengujian tersebut instrumen yang digunakan antara lain:

a. Observasi

Tahap observasi ini dilakukan dalam rangka pengumpulan data dengan sengaja, sistematis mengenai fenomena mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan, sejauh mana mereka memahami konsep kewirausahaan MICE.

Jenis observasi penelitian ini berupa observasi partisipatif, dimana Peneliti mengamati apa yang dikerjakan, mendengarkan apa yang diucapkan dan berpartisipasi dalam aktivitas yang diteliti, klasifikasinya berupa observasi aktif, yaitu peneliti ikut melakukan apa yang dilakukan narasumber, tapi belum sepenuhnya lengkap. Manfaat dari observasi ini adalah sebagai berikut :

- 1) Peneliti akan mampu memahami konteks data secara menyeluruh.
- 2) Peneliti akan memperoleh pengalaman langsung.
- 3) Peneliti dapat melihat hal-hal yang kurang diamati oleh orang lain.
- 4) Peneliti dapat menemukan hal-hal yang tidak terungkap saat wawancara.
- 5) Peneliti dapat mengungkapkan hal-hal yang ada di luar persepsi responden.
- 6) Peneliti dapat memperoleh kesan-kesan pribadi terhadap obyek yang diteliti.

b. Angket

Instrumen angket dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman objek penelitian memahami konsep kewirausahaan, konsep dasar sektor MICE, sehingga peneliti bisa menindaklanjuti metode pembelajaran kewirausahaan yang lebih baik kedepannya.

c. Wawancara

Wawancara disini menjadi metode primer setelah angket, wawancara yang berupa tanya jawab ‘sepihak’, bahwa pengumpul data yang aktif bertanya, sermentara pihak yang ditanya aktif memberikan jawaban atau tanggapan. Tanya jawab dilakukan secara sistematis, terencana, dan mengacu pada tujuan penelitian yang dilakukan. Penggunaan metode wawancara dengan menggunakan pedoman berupa berisi butir-butir yang akan ditanyakan, cara pencatatan dan pemberian skor atas jawaban responden.

4. Teknik Analisis Data

Analisa data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pengujian signifikansi efektivitas metode mengajar baru, dengan metode scoring indikator yang meliputi kecepatan pemahaman terhadap mata kuliah pada perubahan kreativitas dan hasil belajar. Metode penelitian ini digunakan untuk menemukan efektivitas metode mengajar, mendapatkan pengetahuan dan data-data yang seluas-luasnya terhadap objek penelitian pada suatu masa tertentu, yaitu untuk menemukan pengetahuan tentang metode pembelajaran kewirausahaan yang tepat untuk sektor usaha MICE. Desain *Reasearch and Development* bertujuan mengetahui perbandingan efektivitas metode baru dan lama serta menguraikan sifat atau karakteristik dari suatu fenomenal sejauh mana mahasiswa memahami konsep kewirausahaan, konsep dasar bisnis MICE, dan mengetahui seberapa besar minat mahasiswa berwirausaha di sektor MICE. Dalam menggunakan desain ini akan diperoleh suatu kesimpulan berdasarkan fakta yang telah terkumpul dan akan ditindaklanjuti dengan pemberian pelatihan kepada mahasiswa seputar kewirausahaan MICE, tentang bagaimana membuat

business plan yang baik, efektif efisien dan diharapkan akan meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha di sektor MICE.

Penelitian dilakukan dua tahap, yaitu validasi ahli (29 September 2016) pada seminar kewirausahaan dengan narasumber Ibu Elisa, pakar dan dosen kewirausahaan dari IPB dan dosen fakultas lain pengajar mata kuliah kewirausahaan di UNY, dengan mendapatkan masukan berupa model pembelajaran pendampingan untuk pembuatan bisnis plan atau sample produk (*prototyping*) hingga berintegrasi dengan UKM dan mata kuliah lain seperti manajemen keuangan, marketing dan manajemen event. Setelahnya dilakukan validasi empiris atau uji coba di kelas selama dua minggu berturut-turut

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Desain Awal Produk

Desain awal produk, yaitu dengan memberikan pendampingan pembuatan bisnis plan, sebelumnya pendampingan pemetaan ide-ide bisnis, pemberian materi tentang wawasan MICE (*Meeting, Incentive, Conferencee, dan Exhibtion*).

Pendampingan dimulai dari pemberian materi MICE berupa pembahasan modul dasar kewirausahaan, lalu mahasiswa diberi *pre-test* tentang penguasaan materi, lalu dilakukan pemetaan ide-ide bisnis, dimulai dengan pengklasifikasian ide setiap mahasiswa tentang bisnis MICE. Pendampingan ide, mahasiswa diberikan kesempatan untuk mengutarakan ide bisnis berkaitan dengan MICE. Selanjutnya, dilakukan pematangan ide dan pengkoreksian ide bisnis, serta penjabarannya melalui pembuatan pendampingan bisnis plan. Setelah, bisnis plan terbentuk, mahasiswa diberi kesempatan untuk mengikuti kegiatan kompetisi kewirausahaan. Instrumen efektivitas metode mengajar kewirausahaan MICE meliputi, kecepatan pemahaman terhadap materi, kreativitas dan hasil belajar.

B. Hasil Pengujian

TABEL 1.
Instrumen Efektivitas Metode Mengajar

Metode mengajar lama	Instrumen Kinerja Sistem	Metode Mengajar Baru
1 2 3 4	Kecepatan pemahaman mahasiswa tentang <i>basic theory of MICE entrepreneurship</i>	1 2 3 4
1 2 3 4	Kreativitas Ide (<i>ideation</i>)	1 2 3 4
1 2 3 4	Hasil Produk (<i>Business Plan and Prototyping</i>)	1 2 3 4

Data penilaian dari 15 responden terhadap efektivitas metode mengajar lama ditunjukkan table diatas, untuk menghitung rata-rata efektivitas metode lama dan baru pertama-tama harus menentukan skor ideal untuk sistem metode mengajar baru tersebut. Skor Ideal = $4 \times 3 \times 30 = 360$ (4=skor jawaban tertinggi, 3= tiga butir instrument, 15 = jumlah responden). Selanjutnya skor ideal untuk setiap butir instrument = $4 \times 30 = 120$ (4 skor tertinggi, 15 jumlah responden).

Selanjutnya untuk menghitung efektivitas metode mengajar baru cara menghitungnya seperti menghitung efektivitas metode mengajar lama. Skor ideal untuk seluruh sistem = 360 dan skor ideal setiap butir = 120.

Tabel 2. Metode Mengajar Lama

No Responden	A	B	C	Jumlah
1.	1	2	1	4
2.	2	2	1	5
3.	1	2	1	4
4.	2	2	2	6
5.	1	1	1	3
6.	1	2	1	4
7.	2	1	1	4
8.	2	2	2	6
9.	1	1	1	3
10.	2	2	2	6
11.	2	2	2	6
12.	1	2	1	4
13.	2	1	2	5
14.	2	2	1	5
15.	2	1	2	5
16.	1	2	1	4
17.	2	2	1	5
18.	1	2	1	4
19.	2	2	2	6
20.	1	1	1	3
21.	1	2	1	4
22.	2	1	1	4
23.	2	2	2	6
24.	1	1	1	3
25.	2	2	2	6
26.	2	2	2	6
27.	1	2	1	4
28.	2	1	2	5
29.	2	2	1	5
30.	2	1	2	5
Jumlah	48	50	42	140

Keterangan :

A = kecepatan pemahaman terhadap pelajaran

B = kreativitas

C = hasil belajar (produk *business plan* / *prototyping*)

Berdasarkan Tabel 2 diperoleh jumlah data = 140. Dengan demikian efektivitas metode mengajar lama secara keseluruhan = $140 : 360 = 0,38$ atau 38% dari criteria yang diharapkan. Bila dilihat dari efektivitas metode mengajar berdasarkan kecepatan pemahaman pelajaran = $48 : 120 = 0,4$ atau 40% dari kriteria yang diharapkan.

Selanjutnya apabila dilihat dari aspek kreativitas = $50 : 120 = 0,41$ atau 41% dari kriteria yang diharapkan. Bila dilihat dari aspek hasil belajar = $42 : 120 = 0,35$ atau 35% dari kriteria yang diharapkan. Jadi efektivitas metode mengajar lama terendah pada aspek hasil belajar mahasiswa yaitu berupa pembuatan bisnis plan sebagai uji akhir pemahaman dan kreativitas siswa terkait tema MICE, hanya mencapai 35% dari yang diharapkan.

Tabel 3. Metode Mengajar Baru

No Responden	A	B	C	Jumlah
1.	3	3	4	10
2.	4	2	3	10
3.	4	4	3	11
4.	3	3	3	9
5.	2	3	3	9
6.	3	4	3	10
7.	4	3	3	10
8.	4	2	3	9
9.	3	2	3	8
10.	3	4	3	10
11.	3	3	2	8
12.	3	2	3	8
13.	3	4	4	11
14.	3	3	4	10
15.	3	2	3	8
16.	3	3	4	10
17.	4	2	3	10
18.	4	4	3	11
19.	3	3	3	9
20.	2	3	3	9
21.	3	4	3	10
22.	4	3	3	10
23.	4	2	3	9
24.	3	2	3	8
25.	3	4	3	10
26.	3	3	2	8
27.	3	2	3	8
28.	3	4	4	11
29.	3	3	4	10
30.	3	2	3	8
Jumlah	96	88	94	282

Keterangan :

- A = kecepatan pemahaman terhadap pelajaran
- B = kreativitas
- C = hasil belajar (produk *business plan / prototyping*)

Berdasarkan tabel 3 diperoleh jumlah data = 282. Dengan demikian efektivitas metode mengajar baru secara keseluruhan = $282 : 360 = 0,78$ atau 78% dari criteria yang diharapkan. Bila dilihat dari efektivitas metode mengajar lama berdasarkan kecepatan pemahaman pelajaran = $98 : 120 = 0,82$ atau 82% dari kriteria yang diharapkan. Selanjutnya apabila dilihat dari aspek kreativitas = $88 : 120 = 0,73$ atau 73% dari kriteria yang diharapkan. Bila dilihat dari aspek hasil belajar = $94 : 120 = 0,78$ atau 78% dari kriteria yang diharapkan. Jadi efektivitas metode mengajar lama terendah pada aspek kreativitas mahasiswa, hanya mencapai 73% dari yang diharapkan. Perbandingan metode lama dan baru ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4. Perbandingan Metode Mengajar lama dan Baru

Metode Mengajar Lama	Instrumen Kinerja Sistem	Metode Mengajar Baru
40%	Kecepatan pemahaman mahasiswa tentang <i>basic theory of MICE entrepreneurship</i>	82 %
41%	Kreativitas Ide (<i>ideation</i>)	73 %
35%	Hasil Produk (<i>Business Plan and Prototyping</i>)	78 %
38,7 %	Rata-rata	77 %

Berdasarkan Tabel 4 diatas, terlihat bahwa efektivitas metode mengajar baru jauh lebih tinggi dari metode mengajar lama. Rata-rata efektivitas metode mengajar sistem lama sebesar 38,7% dan metode mengajar baru sebesar 77%.

Kecepatan pemahaman mahasiswa terhadap mata kuliah kewirausahaan dengan metode lama sebesar 40% dan metode baru sebesar 82%. Kreativitas ide mahasiswa yang diajar dengan metode lama sebesar 41% dan metode baru sebesar 73%. Hasil belajar murid yang diajar dengan metode mengajar lama sebesar 35% sedangkan metode mengajar baru sebesar 78%.

Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa metode mengajar baru dapat meningkatkan kecepatan pemahaman murid terhadap mata kuliah dari 40% menjadi 82%; kreativitas mahasiswa dari 41% menjadi 73% dan hasil belajar mahasiswa dari 35% menjadi 78%. Kesimpulannya metode mengajar baru lebih efektif dari metode mengajar lama.

Untuk membedakan signifikansi perbedaan metode pembelajaran lama dan baru tersebut, perlu diuji secara statistic dengan t-test berkorelasi (*related*).

$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2} - 2r\left(\frac{s_1}{\sqrt{n_1}}\right)\left(\frac{s_2}{\sqrt{n_2}}\right)}}$	<p>KETERANGAN :</p> <p>\bar{x}_1 = Rata-rata sampel 1</p> <p>\bar{x}_2 = Rata-rata sampel 2</p> <p>s_1 = Simpangan baku sampel 1</p> <p>s_2 = Simpangan baku sampel 2</p>
<p>s_1^2 = Varians sampel 1</p> <p>s_2^2 = Varians sampel 2</p> <p>r = Korelasi antara dua sampel</p>	

Persyaratan untuk dapat menggunakan rumus tersebut, maka perlu dicari terlebih dahulu korelasi nilai efektivitas metode mengajar lama dan baru, rata-rata simpangan baku dan varians. Yang dikorelasikan adalah nilai total, lihat tabel 5 berikut: (nilai kolom paling kanan).

Tabel 5. Nilai Kinerja Metode Mengajar

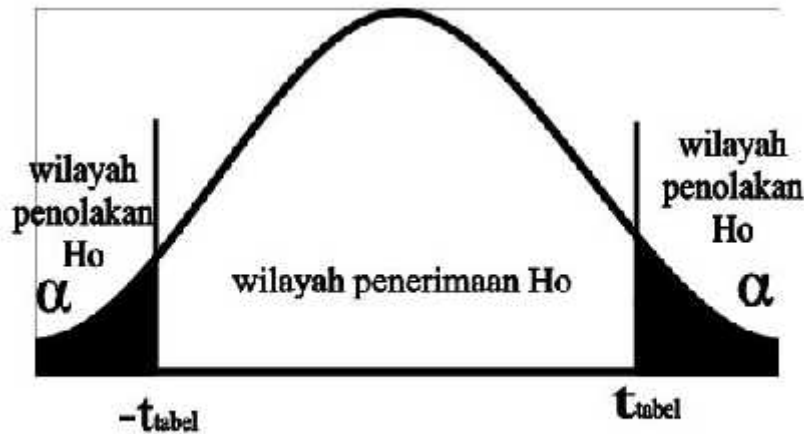
No.	X1	X2
1.	4	10
2.	5	10
3.	4	11
4.	6	9
5.	3	9
6.	4	10
7.	4	10
8.	6	9
9.	3	8
10.	6	10
11.	6	8
12.	4	8
13.	5	11
14.	5	10
15.	5	8
16.	4	10
17.	5	10
18.	4	11
19.	6	9
20.	3	9
21.	4	10
22.	4	10
23.	6	9
24.	3	8
25.	6	10
26.	6	8
27.	4	8
28.	5	11
29.	5	10
30.	5	8
X	140	282
X-	1,4	2,82
S2	0,28	0,14
R	0,6	0,6

Dalam penelitian ini dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

Ho : Efektivitas metode mengajar baru lebih kecil atau sama dengan metode mengajar lama

Ha : Efektivitas metode mengajar baru lebih baik dari metode lama.

Pengujian dengan menggunakan t-test berkorelasi uji pihak kanan, karena hipotesis alternatif (H_a) berbunyi “lebih baik”.



Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Uji Hipotesis Pihak Kanan, t hitung -24,83 jatuh pada daerah penerimaan H_a , sehingga H_a diterima.

Berdasarkan perhitungan ternyata t hitung -24,832 jatuh pada penerimaan H_a atau penolakan H_0 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan (dapat digeneralisasikan) efektivitas metode mengajar kerja baru dan lama, dimana metode mengajar baru lebih efektif dari metode yang lama, baik pada aspek kecepatan pemahaman murid terhadap materi kewirausahaan MICE, kreativitas ide bisnis, dan kualitas bisnis plan.

Terujinya produk yang berupa metode mengajar tersebut, maka langkah pengujian produk untuk tahap terbatas ini dinyatakan selesai. Langkah berikutnya apabila diperlukan adalah revisi produk.

C. Revisi Produk

Berdasarkan hasil pengujian terlihat bahwa kreativitas mahasiswa baru mendapatkan 73% dari yang diharapkan. Untuk itu desain metode mengajar perlu direvisi agar kreativitas mahasiswa dalam belajar dapat meningkat pada gradasi yang tinggi. Setelah direvisi, maka perlu diujicobakan lagi kelas yang lebih luas. Cara

pengujian seperti contoh diatas. Setelah metode mengajar baru diterapkan selama setengah tahun atau satu tahun maka perlu dicek kembali, mungkin ada kelemahannya, walaupun ada, perlu segera diperbaiki, setelah diperbaiki, maka dapat diproduksi missal, atau digunakan pada lembaga pendidikan secara luas. Revisi produk ini dilakukan, apabila dalam pemakaian di lembaga pendidikan yang lebih luas terdapat kekurangan dan kelemahan. Dalam uji pemakaian sebaiknya pembuat produk selalu mengevaluasi bagaimana kinerja produk atau metode baru mengajar ini.

D. Pembahasan Produk

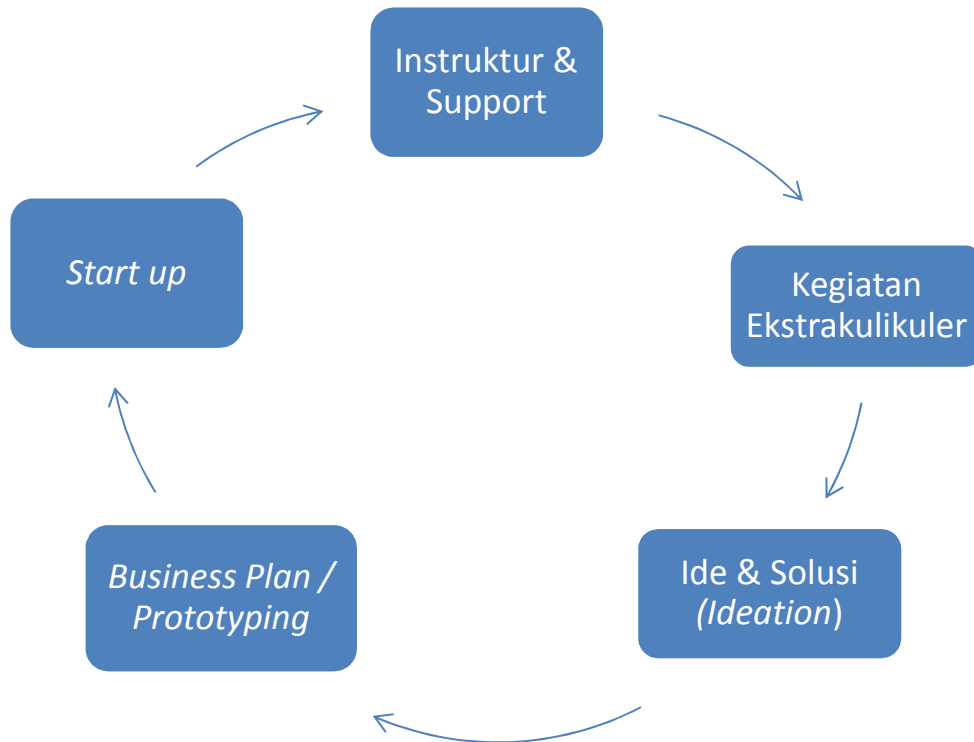
Berdasarkan hasil uji hipotesis, menyatakan bahwa metode mengajar baru lebih efektif, dilihat dari aspek kinerja sistem yang meliputi kecepatan pemahaman siswa terhadap pengertian MICE, kreativitas dalam mengeksplorasi ide bisnis dan menciptakan kreasi bisnis plan yang *uptodate*.

Metode Mengajar Lama	Instrumen Kinerja Sistem	Metode Mengajar Baru
40%	Kecepatan pemahaman mahasiswa tentang <i>basic theory of MICE entrepreneurship</i>	82 %
41%	Kreativitas Ide (<i>ideation</i>)	73 %
35%	Hasil Produk (<i>Business Plan and Prototyping</i>)	78 %
38,7 %	Rata-rata	77 %

Produk dari pengembangan model pembelajaran kewirausahaan berbasis MICE ini berupa metode pembelajaran pendampingan (*effective coaching*) dalam pembuatan bisnis plan yang diawali dengan pemahaman mahasiswa terhadap kewirausahaan secara umum terlebih dahulubgnn, kewirausahaan berbasis MICE dan pengidentifikasian ide bisnis kreatif terkait MICE, hingga proses pembuatan bisnis plan berbasis MICE. Seperti usaha jasa *tour and travel* dan *wedding organizer* atau *event organizer*.

Metode mengajar lama hanya fokus pada hasil belajar bersifat teoritis tanpa ada proses pendampingan pembuatan bisnis plan hingga ke tahap kompetisi, sehingga hasil yang diharapkan jauh dari standar ideal dalam penetapan tercapainya tujuan pengajaran mata kuliah wirausaha berbasis MICE, yang memang diharapkan

mahasiswa mampu menghasilkan bisnis plan untuk bisa dikompetisikan mulai dari tahap fakultas hingga jurusan untuk bisa mulai membuat prototype produk awal sebelum memproduksi massal. Jadi, pendampingan yang dilakukan meliputi 3 program dasar, yaitu ideation, prototyping dan mentoring. Diharapkan kedepannya nanti, coaching kewirausahaan bisa dilakukan secara online hingga ke tahap monitoring setelah *start up* bisnis dan monitoring terkait kegiatan marketing.



Berikut adalah tahapan dalam model pembelajaran kewirausahaan berbasis MICE, yang disebut *effective coaching* atau *mentoring*, selama sepanjang satu semester perkuliahan. Kegiatan ini melibatkan UKM atau klub kewirausahaan mahasiswa, pendampingan dilakukan dari tahap ideation hingga mentoring prototype dan proses marketing., dimana dalam tahap awal penginstruksian atau support, entitas lingkungan institusi cukup berpengaruh.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji efektivitas metode mengajar baru dan uji korelasi t bahwa ha diterima dimana metode mengajar baru lebih baik dari metode lama, dapat dijelaskan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Kecepatan pemahaman mahasiswa tentang *basic theory of MICE entrepreneurship*, meningkat sebesar 42%, dengan adanya metode pembelajaran baru. Mahasiswa perlu memahami terlebih dahulu dasar teori tentang kewirausahaan secara umum dan kewirausahaan secara khusus terkait tema MICE.
2. Kreativitas Ide (*ideation*) mahasiswa meningkat sebesar 32% dengan adanya metode pembelajaran baru.
3. Hasil produk mahasiswa hingga ke tahap pembuatan *business plan* meningkat hingga 43%, dengan adanya metode mengajar baru. Pada metode mengajar lama, mahasiswa belum mampu menghasilkan proposal bisnis yang baik dan benar, pada tahap ini beberapa mahasiswa mencoba mengikuti program kompetisi mahasiswa kewirausahaan tingkat fakultas dan universitas.

B. Saran

1. Pemberian pemahaman kepada mahasiswa hendaknya disesuaikan kemampuan penangkapan mereka tentang dunia disekitar mereka, perlu diberikan contoh atau analogi secara umum yang simple dan praktis serta *up to date*.
2. Proses penggalan ide bisnis kreatif perlu diciptakan dengan adanya entitas lingkungan yang mendukung, agar mahasiswa mudah menangkap peluang.
3. Perlu adanya fasilitasi atas hasil inovasi mahasiswa terkait kewirausahaan seperti etalase atau showcase atau apresiasi tingkat paling sederhana sekalipun. Keuntungan publikasi proyek mahasiswa adalah akan mendapatkan dukungan dari jejaring atau khalayak luas dan diharapkan karakter gigih akan muncul sepanjang proses *prototyping* dan *marketing*, sehingga butuh integrasi dengan mata kuliah

lain dan kerjasama dengan UKM kewirausahaan serta pembangunan jaringan alumni, investor, dan mentor.

DAFTAR PUSTAKA

- Fandy Tjiptono. (2006). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Hasan, Iqbal. (2006). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kesrul, M. (2004). *Meeting, Incentive Trip, Conference, Exhibition*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- McLeod, S. (1993). Computers in narrative intervention. Paper presented at the *Australian Association of Speech and Healing Conference*, Darwin. 10-14 May
- Oka A. Yoeti. (2000). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- (2003). *Manajemen Pemasaran Hotel*. Jakarta: PT Perca.
- (2007). *Hotel Marketing*. Jakarta: PT Perca.
- Pendit, S. Nyoman. (1999). *Wisata Konvensi, Potensi Gede Bisnis Besar*. Jakarta. : PT. Gramedia Pustaka.
- Peraturan Pemerintah Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, Nomor 28 Tahun 2014.
- Philip Kotler, John Bower, James Makens. (2002). *Pemasaran Perhotelan dan Kepariwisataaan*, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: PT Prenhallindo.
- Rogers, Tony. (2003). *Conferences and Conventions: A Global Industry (Events Management)*. USA: A Butterworth-Heinemann.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.

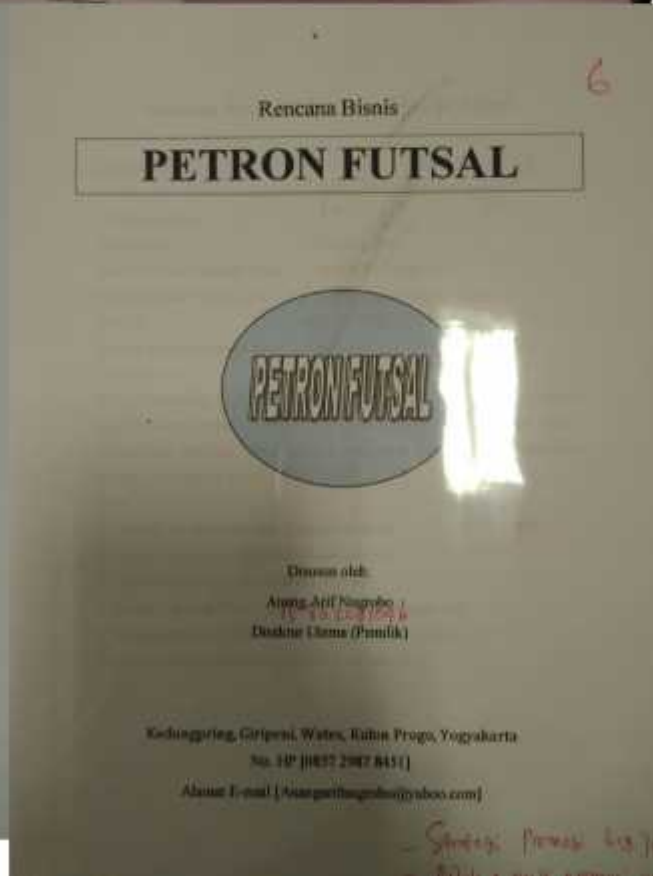
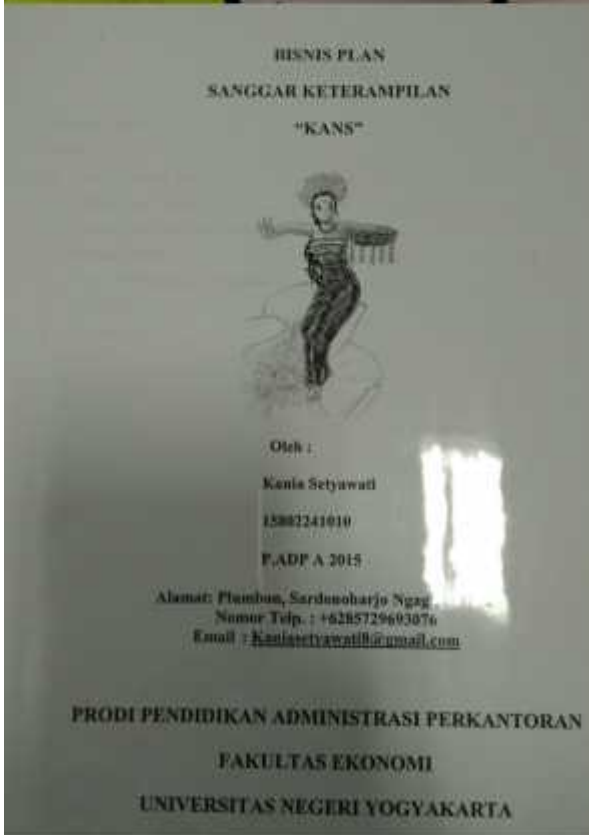
LAMPIRAN

**LAMPIRAN FOTO
(PROSES COACHING & MENTORING)**



PROSES PEMAHAMAN BASIC THEORY DAN IDEATION

**LAMPIRAN HASIL PRODUK
(BUSINESS PLAN MAHASISWA)**



LAMPIRAN ANGGOTA TIM PENELITIAN

Tim Peneliti

1. Nama : Purwanto, M.M, M.Pd. (Ketua Pelaksana)
NIP / NIDN : 19570403 198303 1 005 / 0003045705
Pangkat/Golongan : Pembina Tk.I/Ivb
Jabatan : Lektor Kepala

2. Nama : Prof.Muhyadi (Anggota Pelaksana I)
NIP / NIDN : 19530130 197903 1 002 / 00030015303
Pangkat/Golongan : Pembina Tk.I/Ivb
Jabatan : Guru Besar

3. Nama : Nadia Sasmita Wijayanti, M.Si. (Anggota Pelaksana II)
NIP : 19880708 201404 2 002 / 0008078804
Pangkat/Golongan : Penata Muda Tk.I/IIIb
Jabatan : Tenaga Pengajar

4. Nama : Wahyu Arifiani (Mahasiswa I)
NIM : 12402241028
Jurusan/Prodi : Pend. Administrasi/Pend. Administrasi Perkantoran
Tugas : Menyiapkan bahan instrument penelitian

5. Nama : Suyani (Mahasiswa II)
NIM : 12402241020
Jurusan/Prodi : Pend. Administrasi/Pend. Administrasi Perkantoran
Tugas : Menyiapkan bahan instrument penelitian

**SURAT PERNYATAAN
KESEDIAAN SEMINAR LAPORAN DAN HASIL PENELITIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Purwanto, M.M, M.Pd.

NIP : 19570403 198303 1 005

Jabatan : Ketua Penelitian Kelompok dengan judul
PENGEMBANGAN METODE

PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN INDUSTRI MICE (*MEETING, INCENTIVE,
CONVENTION & EXHIBITION*) DI JURUSAN PENDIDIKAN ADMINISTRASI FE - UNY

Menyatakan bersedia untuk melakukan seminar proposal dan hasil penelitian pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta sebagai syarat pengajuan proposal penelitian 2016 Fakultas Ekonomi UNY.

Demikian pernyataan kami, semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 25 Oktober 2016

Ketua Penelitian,

Purwanto, M.M, M.Pd.
NIP 19570403 198303 1 005