

## PENGEMBANGAN *START-UPS* BERBASIS *e-COMMERCE* MELALUI MATAKULIAH APLIKASI BISNIS TERINTEGRASI (ABT)

Claudius Bona<sup>1</sup>, Novie Prasetyaning Marhaeni<sup>2\*</sup>

Politeknik Ubaya<sup>1</sup>, Politeknik Ubaya<sup>2</sup>

\*Correspondence: [n.marhaeni@gmail.com](mailto:n.marhaeni@gmail.com)

### *Abstract*

*Nowadays, during the industrial revolution 4.0, one of the phenomena that occurs in business industry is the implementation of digital business by utilizing the internet of things (IOT). The second phenomenon is the emergence of a mobile office system using digital devices. Politeknik Ubaya as a vocational education institution captures business developments in this digital era and develops courses that prepare students to be ready to do business in the digital era. One of these courses is Integrated Business Applications (ABT). The purpose of this study is to find out whether this ABT course is useful in preparing students to become start-ups or new entrepreneurs who have competitiveness in this industrial revolution 4.0 era. The research method used for this research is quantitative research implementing questionnaires and non-formal interview as a tool. The target respondents were students who had taken the course. The results of the study show that ABT course can prepare students to become start-ups who are ready to enter the industrial world. In addition, students have felt the impact of this course, so some of them choose to continue their e-commerce business. The narrow scope of sampling is a limitation of this study. Through this research, it is expected to increase students' motivation to develop their potential in entrepreneurship or build new start-ups or develop existing businesses. The suggestion for further research is that it is necessary to measure students' business motivational through this Integrated Business Application course.*

*Keywords: start-ups, e-commerce, ABT*

### 1. PENDAHULUAN

Dengan adanya revolusi industri 4.0, salah satu fenomena yang terjadi adalah adanya kecenderungan perilaku dalam berbisnis secara digital dengan memanfaatkan internet of things (IOT). Fenomena yang kedua adalah munculnya pebisnis-pebisnis baru yang menjalankan usahanya dengan *mobile office system (work from anywhere)* menggunakan perangkat digital. Politeknik Ubaya sebagai salah satu institusi pendidikan vokasi menangkap perkembangan bisnis di era digital dan membentuk matakuliah yang menyiapkan mahasiswa untuk siap berbisnis di era digital. Salah satu matakuliah tersebut adalah Aplikasi Bisnis Terintegrasi (ABT). Matakuliah ini telah diimplementasikan sejak 2017 di dalam kurikulum Politeknik Ubaya. Mengingat esensi dari matakuliah ini untuk mempersiapkan mahasiswa agar siap bekerja, maka semua program studi wajib memasukkan matakuliah ini ke dalam kurikulum. Di dalam matakuliah ini para mahasiswa dibentuk menjadi beberapa kelompok dan setiap kelompok dibimbing oleh seorang dosen pembimbing yang akan mempersiapkan mahasiswa untuk berbisnis *real online* dan *offline*.

Pada tahun 2021 pada saat pandemi, matakuliah ini mengalami perubahan signifikan, di mana mahasiswa diharuskan berbisnis secara *online* atau memanfaatkan *e-commerce* dengan fungsi setiap kelompok menjadi *start-ups* dengan adanya CEO di masing-masing *start-ups*. Sedangkan peran dosen pembimbing berubah menjadi mentor bisnis mahasiswa. Hal kedua yang berubah adalah setiap *start-up* harus mempunyai *business model canvas* yang jelas dan berbisnis di satu bidang usaha saja. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah matakuliah ini benar-benar bermanfaat bagi kesiapan mahasiswa menjadi *start-up* atau wirausahawan baru yang memiliki daya saing di era revolusi industri 4.0 ini.

### **Bisnis Start-Ups**

Pada masa perubahan teknologi yang pesat seperti saat ini menuntut banyak pihak untuk terus melakukan penyesuaian diri. Utamanya di bidang pendidikan yang menjadi pusat bagi perkembangan atau perubahan tersebut. Dalam hal ini, antara keilmuan, teknologi, dan sumber daya manusia dapat bersinergi secara lebih leluasa. Begitu pula untuk melakukan inovasi-inovasi dan memunculkan ide-ide baru bagi kemajuan peradaban, telah menjadi tumpuan harapan banyak pihak. Selain teknologi informasi, bidang lain yang berkembang pesat adalah bidang kewirausahaan (*entrepreneurship*).

Bagi pelaku usaha pemula atau *start-up*, tiga hal penting yang menjadi pertimbangan untuk membangun usaha umumnya adalah modal, bidang usaha, dan pengalaman (Caliendo & Kritikos, 2019). Di samping itu, inovasi produk, servis, dan ketersediaan fasilitas bagi konsumen maupun pihak-pihak yang berkepentingan menjadi prioritas bagi *start-ups* untuk menjalankan usahanya dan memenuhi kebutuhan pelanggan (Goyal dkk., 2019; Pukala, 2019)). Hal lain yang dikemukakan oleh Goyal dkk. adalah upaya untuk membangun jaringan merupakan salah satu hal penting bagi *start-ups* untuk mengembangkan usahanya.

### **e-Commerce**

Perubahan teknologi menjadi agenda utama bagi Revolusi Industri 4.0. Hampir semua aktivitas yang sebelumnya dilakukan secara manual dan konvensional, telah dilakukan secara digital menggunakan *smart devices* (Fauzan & Dhewanto, 2021). Sektor utama yang terdampak oleh perubahan ini adalah sektor industri, misalnya di bidang sistem produksi. Penggunaan perangkat digital menjadi tumpuan bagi operasional produksi melalui mesin-mesin berskala besar untuk memproduksi bahan hingga barang jadi. Semuanya dilakukan dengan otomatis, sehingga tenaga manusia telah banyak dikurangi dan digantikan oleh mesin. Hanya dengan menggunakan program terpusat, produksi dapat berjalan dengan sendirinya.

Pada industri pemasaran, ketergantungan pelaku pasar terhadap teknologi tidak dapat dihindari lagi, terutama untuk kepentingan promosi (Nigam dkk, 2020). Salah satu contoh penggunaan teknologi untuk kegiatan promosi, dalam suatu penelitian yang dilakukan oleh Nigam dkk. di India, pelaku usaha memanfaatkan teknologi untuk menjalankan program *Deal of the Day* (DOD). Dengan skema promosi DOD ini penjual *online* mendapat omzet jauh lebih besar dibandingkan penjualan secara reguler.

Pemanfaat internet dan *smartphone* yang secara masif dilakukan oleh *start-up* tidak dapat lagi dipisahkan dari kegiatan operasionalnya (Bhat, 2016). Misalnya untuk kegiatan transaksi jual beli secara *online* sudah menjadi aktivitas umum yang dilakukan oleh *start-ups* dan pelanggan (Goyal & Esposito, 2019). Platform yang digunakan bukan saja sebagai media transaksi jual beli, tetapi juga sebagai media untuk berkomunikasi dan bertukar informasi. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, beberapa pihak telah membangun jaringan dengan membuat pasar *online* yang umum disebut *marketplace*.

### **Pendidikan Kewirausahaan**

Usaha kecil sebagai pemula, yang biasa disebut sebagai *start-up*, bermunculan semakin banyak selama masa pandemi Covid-19 yang terjadi dalam kurun dua tahun terakhir. Banyak institusi pendidikan mengajarkan tentang kewirausahaan, di mana ternyata tidak sedikit menghadapi tantangan penolakan, karena dianggap tidak sesuai dengan kompetensi dasar yang dimiliki (Wright dkk, 2017). Ada pula yang beranggapan bahwa nantinya banyak mahasiswa yang akan menjadi wirausahawan dan meninggalkan tujuan karirnya yang dibangun melalui studi yang ditempuh. Akan tetapi, pada prinsipnya, kewirausahaan ini merupakan suatu spirit yang mengedepankan kreativitas, inovasi, kepemimpinan, dan karakter lainnya yang dapat dikembangkan. Karakter atau potensi *soft skill* inilah yang akan mendukung karir seseorang ketika mereka terjun ke dunia kerja. Oleh karena itu, institusi pendidikan memiliki peran penting dalam pengembangan karakter individu yang mendukung kemampuan berwirausaha (Guerrero dkk, 2017)

Melalui penelitiannya, Martin dkk. (2013) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pendidikan kewirausahaan, pelatihan, dan dampak kewirausahaan. Selanjutnya, Wright dkk (2017) menyatakan bukti-bukti yang menunjukkan bahwa dengan pengalaman belajar dari pengalaman berwirausaha bersama teman-teman di lingkungan pendidikan lebih berdampak daripada belajar dari instruktur atau dari mengikuti kompetisi perencanaan bisnis. Oleh karena itu, perlu dibangun suatu ekosistem dan atmosfer di lingkungan institusi pendidikan yang mampu memotivasi dan menggerakkan mahasiswa untuk membangun *start-up* (Pukala, 2019). Ekosistem ini merupakan hasil dari mekanisme dan aktor yang terlibat dalam suatu proses pembelajaran (Moraes dkk, 2020). Selain membangun interaksi dengan *start-ups*, perguruan tinggi sebaiknya juga membangun interaksi dengan investor, dalam hal ini dari lingkungan industri bisnis. Investor akan menyediakan dana bagi kegiatan atau proyek yang dilakukan oleh mahasiswa dalam membangun usahanya (Wright dkk, 2017). Industri bisnis yang telah memiliki usaha secara mapan akan menjadi *role model* bagi *start-ups*. Melalui interaksi dan sinergitas antara ketiga pihak ini akan sangat membantu bagi keberhasilan *start-ups* untuk terus berkembang.

**Gambar 1. Ekosistem bagi Mahasiswa sebagai *Start-Ups***

Sumber: Wright dkk. (2017)

Akan tetapi, dalam proses tersebut, institusi pendidikan hanya bertindak sebagai pendorong dan fasilitator, bukan sebagai pencipta (Wright dkk, 2017). Artinya, mahasiswa dengan inisiatif dan keinginannya bersama-sama membangun suatu usaha dengan difasilitasi oleh pihak institusi pendidikan. Salah satu bentuk fasilitas yang diberikan adalah dengan pelatihan secara spesifik tentang berwirausaha bagi mahasiswa. Pelatihan ini dapat memberikan pemahaman lebih mendalam, misalnya tentang bagaimana menghadapi resiko dan tantangan dalam dunia usaha (Marzocchi dkk, 2017). Selanjutnya disebutkan bahwa hubungan dan interaksi yang dibangun antara perguruan tinggi dan *start-ups* turut menentukan tingkat keberhasilan *start-ups*. Hubungan antara perguruan tinggi dan *start-ups* secara intensif memberikan dampak lebih positif secara signifikan, daripada pemberian materi-materi melalui pembelajaran di kelas (van Stijn dkk, 2018).

## 2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif deskriptif. Metode sampling penelitian ini adalah dengan cara metode non probability sampling. Target penelitian adalah mahasiswa semester lima Politeknik Ubaya yang telah mengikuti matakuliah ini. Cara pengumpulan data adalah dengan menggunakan kuesioner dan nonformal *interview*. Analisa data adalah dengan mengolah hasil pernyataan responden terhadap empat pilihan opsi jawaban di pertanyaan tertutup dan melakukan klarifikasi dengan respon

responden di pertanyaan terbuka. Terdapat 20 pertanyaan tertutup dan empat pertanyaan terbuka yang harus dijawab oleh responden. Terdapat empat bagian topik pertanyaan di dalam kuesioner yaitu (1) Aktivitas Sebagai *start-ups* di dalam Matakuliah Aplikasi Bisnis Terintegrasi (ABT), (2) *E-Commerce* sebagai media dalam pelaksanaan bisnis pada matakuliah ABT (3) Matakuliah ABT membantu mempersiapkan mahasiswa menjadi *start-ups* dalam menghadapi dunia kerja, (4) Matakuliah ABT meningkatkan keterampilan mahasiswa.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

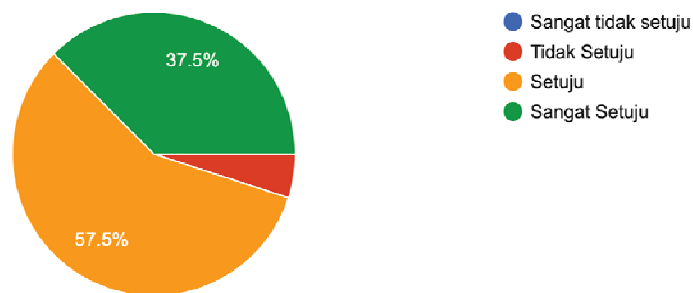
Terdapat 40 mahasiswa semester lima sebagai responden yang melakukan pengisian kuesioner. Semua responden telah memenuhi syarat karena telah mengikuti dan lulus dari matakuliah ini serta telah merasakan manfaat matakuliah ini. Penulis telah melakukan pengolahan dan analisa data dari 40 responden tersebut. Hasil analisa kuesioner akan dibagi empat subbab sesuai topik kuesioner.

#### 3.1. Aktivitas Sebagai *Start-Ups* dalam Matakuliah Aplikasi Bisnis Terintegrasi (ABT)

Di dalam bagian ini semua responden menjawab setuju dan sangat setuju bahwa mereka melakukan bisnis riil di mata kuliah ABT, dimana 52.5% menjawab setuju sedangkan sisanya menjawab sangat setuju. Hal ini membuktikan bahwa mahasiswa berbisnis secara nyata matakuliah ABT. Selain itu semua mahasiswa juga setuju dan sangat setuju bahwa mereka melakukan bisnis dalam bentuk *start-ups* bisnis, yaitu 55% setuju dan sisanya sangat setuju. Ini membuktikan bahwa matakuliah ABT mempersiapkan mahasiswa dengan berbisnis langsung di dalam *start-ups* bisnis.

**Gambar 2. Mahasiswa Bersama Tim Melakukan Bisnis secara *Online* (*e-Commerce*)**

3. Saya bersama tim melakukan bisnis terutama secara Online (*e-Commerce*)  
40 responses



Berdasarkan gambar di atas nampak bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa semua tim mahasiswa berbisnis secara *online*, dan hanya 5% responden menyampaikan mereka tidak setuju. Hal ini membuktikan bahwa di dalam matakuliah ini, mahasiswa diajak berbisnis secara langsung secara online atau *e-Commerce*. Sejalan dengan hal ini, semua responden juga menyampaikan setuju dan sangat setuju bahwa mereka telah



melakukan transaksi penjualan di matakuliah ini. Terkait omzet penjualan yang didapat tim mahasiswa di matakuliah ini sebanyak 47.5% mahasiswa setuju dan 15% sangat setuju bahwa mereka mendapat omzet penjualan diatas satu juta rupiah.

Dari hasil pertanyaan terbuka di bagian ini, mahasiswa menyampaikan bahwa matakuliah ini sangat bagus karena satu tim *start-ups* terdiri atas multi program studi. Komentar mahasiswa yang lain menyatakan bahwa matakuliah ABT ini sangat baik karena membantu mahasiswa merintis usaha, membangun usaha dengan strategi bisnis yang baik.

### **3.2. E-Commerce sebagai Media dalam Pelaksanaan Bisnis pada Matakuliah ABT**

Dalam bagian ini terdapat total 95% responden setuju dan sangat setuju bahwa mereka bersama tim melakukan transaksi penjualan secara online (*e-Commerce*). Hal ini membuktikan bahwa matakuliah ABT membuat mahasiswa berbisnis secara nyata melalui media online (*e-Commerce*). Pendapat tadi juga diperkuat dari statement semua mahasiswa bahwa mereka menggunakan media sosial dan *messenger* seperti WA, IG, FB, Tik Tok untuk berbisnis. Hasil kuesioner ini juga diperkuat dengan statement bahwa total 94.5% atau mayoritas mahasiswa melakukan bisnis menggunakan media marketplace seperti shopee dan tokopedia. Dari dua hal di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa benar benar berbisnis secara online atau *e-Commerce*.

Dari hasil pertanyaan terkait hasil transaksi penjualan, semua responden setuju dan sangat setuju bahwa transaksi penjualan secara *online* bersama tim membantu mendapatkan pelanggan atau pembeli. Hal ini membuktikan bahwa mahasiswa sebagai responden telah merasakan bahwa dengan berbisnis secara online sangatlah menguntungkan dalam mencari pembeli. Pendapat ini juga didukung dengan pernyataan 94% atau mayoritas mahasiswa yang setuju dan sangat setuju bahwa transaksi penjualan secara *online* membantu meningkatkan penjualan. Dengan hasil pernyataan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa terlibat dan merasakan dampak positif untuk berbisnis secara online (*e-Commerce*).

Dari hasil jawaban pertanyaan terbuka terkait segmen ini ditemukan bahwa mayoritas mahasiswa menyetujui bahwa berbisnis secara *e-Commerce* sangatlah mudah dan praktis untuk digunakan serta membantu mahasiswa kedepannya untuk memulai usaha. Beberapa mahasiswa menyampaikan bahwa penjualan melalui sosial media lebih mudah namun penjualan melalui *marketplace* lumayan susah karena harus bersaing. Dari hasil pendapat mahasiswa di pertanyaan terbuka ini dapat disimpulkan bahwa melalui matakuliah ini mahasiswa paham untuk berbisnis secara *e-Commerce* bersama tim berbentuk bisnis rintisan atau *Start-Up*.

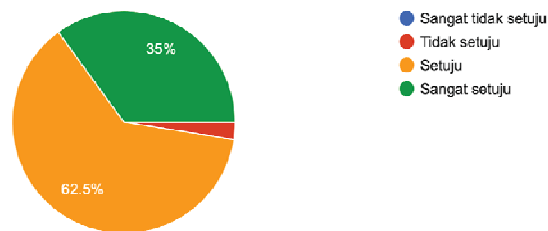
### **3.3. Matakuliah ABT Membantu Mempersiapkan Mahasiswa dalam Menghadapi Dunia Kerja**

Di dalam segmen ini penulis akan mengemukakan opini mahasiswa terkait apakah matakuliah Aplikasi Bisnis Terintegrasi benar-benar mempersiapkan mahasiswa menghadapi dunia kerja. Dari hasil pengolahan data didapatkan bahwa semua mahasiswa sangat setuju dan setuju bahwa matakuliah ABT membantu mempersiapkan mereka untuk berbisnis di masa depan.

Hal ini ditunjang depan pendapat mereka bahwa matakuliah ini juga mempersiapkan mereka untuk berbisnis online (*e-Commerce*).

### Gambar 3. Matakuliah ABT mempersiapkan Mahasiswa untuk Berbisnis *e-Commerce* untuk Membangun *Start-Ups*

13. Matakuliah ABT membantu mahasiswa untuk beradaptasi dengan teknologi *e-commerce* dalam membangun *start-ups*  
40 responses



Dari gambar di atas terlihat sebanyak total 97.5% mahasiswa menyatakan bahwa matakuliah ABT membantu mereka untuk beradaptasi dengan teknologi *e-Commerce* dalam membangun *start-ups*. Hal ini ditunjang juga dengan statement mereka bahwa matakuliah ini membantu mereka mempersiapkan menjadi *start-ups* yang memiliki daya saing. Semua responden mahasiswa juga menyatakan bahwa matakuliah ABT membantu mahasiswa dengan *soft skills* yang mendukung.

Dari sesi pertanyaan terbuka, mayoritas mahasiswa berpendapat bahwa matakuliah ini membantu dan memberikan insight kepada mahasiswa membuat bisnis *start-up*. Selain itu banyak mahasiswa yang berpendapat bahwa matakuliah ini membuat mereka berlatih membangun bisnis online (*e-Commerce*) dan mengatasi semua tantangan yang ada. Dari semua hasil jawaban mahasiswa di pertanyaan tertutup dan terbuka terlihat jelas bahwa matakuliah Aplikasi Bisnis Terintegrasi (ABT) membantu mahasiswa untuk membangun sebuah bisnis *start-up* berbasis online *e-Commerce*.

### 3.4. Matakuliah ABT Meningkatkan Keterampilan Mahasiswa

Di dalam segmen ini responden akan mengemukakan pendapat mereka terkait manfaat mengikuti mata kuliah Aplikasi Bisnis Terintegrasi dengan peningkatan keterampilan *hard skills* dan *soft skills*. Terkait pertanyaan apakah matakuliah ABT meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam berwirausaha (*entrepreneurship*) sebanyak 35.9% mahasiswa menyatakan sangat setuju dan 59% setuju dengan hal ini. Hal ini membuktikan mayoritas mahasiswa sepakat bahwa matakuliah ABT mampu meningkatkan keterampilan kewirausahaan mereka. Selain itu semua responden mahasiswa juga menyetujui bahwa matakuliah ABT ini meningkatkan kemampuan kerja sama tim mereka. Sebanyak 97.5% responden mahasiswa juga sepakat bahwa matakuliah ini juga meningkatkan kemampuan kepemimpinan (*leadership*) mahasiswa.

Matakuliah ABT juga mampu meningkatkan kemampuan administrasi bisnis, hal ini disampaikan oleh semua responden yang setuju dan sangat setuju terhadap hal ini. Seluruh responden mahasiswa juga mempercayai bahwa dengan mengikuti matakuliah ini kemampuan untuk mengoperasikan perangkat teknologi digital *e-Commerce* mereka juga meningkat.

Dari hasil analisis pertanyaan terbuka, seluruh responden mahasiswa sepakat bahwa matakuliah ini dapat meningkatkan kemampuan *hardskills* dan *softskills* mahasiswa, terutama dalam berbisnis, kepemimpinan, networking, membangun platform bisnis, bersosialisasi dan saling memahami karakter dalam satu tim. Bahkan terdapat seorang mahasiswa yang ditunjuk sebagai CEO merasa mendapat kemampuan *public speaking*. Dari hasil analisa pertanyaan tertutup dan terbuka terkait segmen ini terungkap bahwa kemampuan *hardskills* dan *softskills* mahasiswa meningkat melalui matakuliah ABT.

#### 4. KESIMPULAN

Hasil pengolahan data kuesioner mengemukakan bahwa di dalam matakuliah ABT, mahasiswa berbisnis riil sebagai *start-up*. Selain itu di dalam matakuliah ini mahasiswa berbisnis secara *online (e-Commerce)* bersama tim berbentuk bisnis rintisan atau *start-up*. Selain itu dalam berbisnis online mahasiswa menggunakan media sosial seperti Instagram, TikTok dan Facebook serta messenger seperti whatsapp. Selain itu mereka juga melakukan bisnis online menggunakan *marketplace* seperti Shopee dan Tokopedia. Oleh karena itu penulis dapat disimpulkan bahwa mahasiswa melakukan bisnis riil dalam bentuk perusahaan rintisan atau *start-ups* secara *online e-Commerce* di matakuliah ini.

Setelah lulus dari matakuliah ini seluruh mahasiswa setuju bahwa matakuliah ini mampu mempersiapkan mahasiswa untuk berwirausaha. Selain itu mahasiswa juga yakin bahwa matakuliah ini mempersiapkan mereka untuk membentuk perusahaan rintisan atau *start-up* di masa depan yang berbisnis secara online. Mahasiswa juga merasakan manfaat matakuliah ini untuk meningkatkan kemampuan *hard skills* dan *soft skills* mereka secara khusus kemampuan *entrepreneurship*, *leadership*, *teamworking*, administrasi bisnis, dan mengoperasikan perangkat bisnis digital untuk keperluan *e-Commerce*. Dari hasil analisis ini dapat disimpulkan bahwa matakuliah ABT mampu meningkatkan kemampuan bisnis mahasiswa secara khusus untuk membentuk perusahaan rintisan atau *start-up* untuk bergerak di bisnis *online* atau *e-Commerce* di masa depan. Selain itu juga dapat disimpulkan bahwa matakuliah ini mampu meningkatkan kemampuan *hardskills* dan *softskills* mahasiswa. Adapun keterbatasan penelitian ini adalah jumlah responden yang terbatas hanya untuk satu angkatan. Untuk selanjutnya dapat digagas penelitian yang mengukur motivasi bisnis mahasiswa setelah mengikuti matakuliah ABT ini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Battistella, C., De Toni, A. F., & Pessot, E. (2017). Open accelerators for start-ups success: a case study. *European Journal of Innovation Management*.
- Bhat, S. H. A. H. I. D. A. M. I. N. (2016). A Review Paper on E-Commerce. *Asian Journal of Technology & Management Research* [ISSN: 2249 –0892].
- Caliendo, M., & Kritikos, A. S. (2019). “I want to, but I also need to”: Start-Ups Resulting from Opportunity and Necessity. *From industrial organization to entrepreneurship* (pp. 247-265). Springer, Cham.
- Fauzan, T. R., & Dhewanto, W. (2021). Fostering Innovation through Industry 4.0 Technologies in Emerging Countries: An Explorative Multiple Case Study of Indonesian Internet-of-Things (IoT)-Based Start-Ups. *Journal of Research in Emerging Markets*, 3(2), 71-85.
- Goyal, S., Sergi, B. S., & Esposito, M. (2019). Literature review of emerging trends and future directions of e-commerce in global business landscape. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 15(1/2), 226-255.
- Guerrero, Maribel, Urbano, D., Cunningham, J. A., & Gajon, E. (2017). Determinants of Graduates’ Start-Ups Creation across a Multi-Campus Entrepreneurial University: The Case of Monterrey Institute of Technology and Higher Education. *Journal of Small Business Management*, doi: 10.1111/jsbm.12366.
- Martin, B. C., McNally, J. J., & Kay, M. J. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing*, 28, 211–224
- Marzocchi, C., Kitagawa, F., & Sánchez-Barrioluengo, M. (2019). Evolving Missions and University Entrepreneurship: Academic Spin-offs and Graduate Start-ups in the Entrepreneurial Society. *The Journal of Technology Transfer*, 44(1), 167-188.
- Moraes, G. H. S. M. D., Fischer, B. B., Campos, M. L., & Schaeffer, P. R. (2020). University ecosystems and the commitment of faculty members to support entrepreneurial activity. *BAR-Brazilian Administration Review*, 17.
- Nigam, A., Dewani, P. P., & Behl, A. (2020). Exploring deal of the day: an e-commerce strategy. *Benchmarking: An International Journal*.
- Pukala, R. (2019). Start-ups as one of the elements triggering the development of Industry 4.0. In *MATEC Web of Conferences* (Vol. 297, p. 08002). EDP Sciences.

van Stijn, N., van Rijnsoever, F. J., & van Veelen, M. (2018). Exploring the motives and practices of university–start-up interaction: Evidence from Route 128. *The Journal of Technology Transfer*, 43(3), 674-713.

Wright, M., Siegel, D. S., & Mustar, P. (2017). An emerging Ecosystem for Student Start-Ups. *The Journal of Technology Transfer*, 42(4), 909-922.



manajemen  
 **Kita**



FAKULTAS  
EKONOMIKA DAN BISNIS

**SENIMA**  
SEMILAR NASIONAL MANAJEMEN

**PROSIDING SEMINAR NASIONAL MANAJEMEN  
& CALL FOR PAPERS 2022**

**"Sinergitas Inovasi *Digital*  
Menuju Pemulihan Ekonomi  
Pasca Pandemi"**

**5 OKTOBER  
2022**

**Email**

[senima@unesa.ac.id](mailto:senima@unesa.ac.id)

**Sekretariat Panitia**

Program Studi S-1 Manajemen  
Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Negeri Surabaya  
Jl. Kampus UNESA Ketintang, Surabaya

**No. ISSN**

**2654-3664**

**PENYELENGGARA**

**PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA**

**BEKERJA SAMA DENGAN**





DISCOVER  
ISSN SERVICES



SEARCH  
OPEN ACCESS RESOURCES



KEEPERS  
REGISTRY



ISSN  
INTERNATIONAL CENTER



Search

Identifiers

ISSN :2654-3664

Linking ISSN (ISSN-L):  
2654-3664

Links

URL

Google

Bing

Yahoo

ISSN Indonesia



Key-  
title Prosiding Seminar Nasional Manajemen  
dan Call For Papers

Identifiers

ISSN :2654-3664  
Linking ISSN (ISSN-L): 2654-3664

Resource information



Title proper: Prosiding Seminar Nasional  
Manajemen dan Call For Papers.  
Country: Indonesia  
Medium: Online

Record information

Last modification date: 06/02/2020

My Tools

Share

Print

Display linked data

Discover all the features  
of the complete ISSN  
records

Access the full version of  
the ISSN Portal



- URL
- URL
- Google
- Bing
- Yahoo
- ISSN Indonesia

