

UPAYA PENGEMBANGAN KURIKULUM KEWIRAUSAHAAN DARI UNIVERSITAS TARUMANAGARA KEPADA PESERTA DIDIK SMA DON BOSCO PADANG, SUMATERA BARAT

Lina Gozali¹, Felita Yulianti¹, Melynia Novita Pratama¹, Natalia Velony Putri¹
Poppy Fransiska², Martinus Kiwan²

¹Program Studi Teknik Industri, Universitas Tarumanagara, Jakarta Barat, Indonesia
Email:linag@ft.untar.ac.id

²Sekolah Menengah Atas Don Bosco, Padang, Sumatera Barat, Indonesia

ABSTRACT

It is important to maintain or increase company profits as a goal that the company must continuously achieve. Businesses are usually activated in increasing company profits obtain and guide consumers and always dominate the existing market. In the concept of sales, the emphasis is on the seller's needs, which means that the focus of activities is to sell goods and services only. This old concept is implemented for products that are not favorites. In this case, the seller's goal is to sell what they can produce rather than make the products and services that customers want because it takes extra hard effort to obtain sales results intended to achieve the goal. The form chosen during the implementation of Inquiry Learning and Problem Based Learning where students were trained in almost 2 hours to understand business problems in mathematical calculations and there was training in answering calculation and theory questions. Management ability is also based on mathematical analysis of the simple models of the problems. From data collection and data processing, conclusions can be drawn to understand the pattern of consumer demand. This action helps startups understand the pattern of consumer demand in fulfilling customer satisfaction.

Keywords: Entrepreneurship, Demand Forecasting, Business Skills, Business Mathematics

ABSTRAK

Penting untuk bisa mempertahankan atau meningkatkan laba perusahaan sebagai tujuan yang harus terus dicapai oleh perusahaan. Usaha yang biasanya digiatkan dalam peningkatan keuntungan perusahaan yaitu memperoleh dan membimbing konsumen serta kemampuan untuk selalu menguasai pasar yang ada. Dalam konsep penjualan lebih ditekankan untuk kebutuhan penjual yang berarti fokus kegiatan adalah untuk menjual barang dan jasa semata. Konsep lama ini dilaksanakan untuk produk-produk yang tidak favorit. Dalam kasus ini, tujuan penjual hanya untuk menjual apa yang mampu mereka produksi daripada mampu membuat produk dan jasa yang benar-benar diinginkan oleh pelanggan. Karena itu dibutuhkan usaha extra keras untuk memperoleh hasil penjualan yang dimaksudkan untuk mencapai tujuan. Bentuk yang dipilih pada saat pelaksanaan Inquiry Learning dan Problem Based Learning dimana para siswa peserta didik dilatih dalam kurun waktu hampir 2 jam untuk mengerti problematika bisnis dalam perhitungan matematika dan ada pelatihan menjawab soal-soal perhitungan dan teori. Kemampuan manajemen sebenarnya juga dilandasi oleh analisa matematis dari model atau problematika yang sederhana. Dari pengumpulan data dan pengolahan data dapat diambil kesimpulan untuk mengerti pola atau pattern dari permintaan konsumen yang terjadi. Hal ini membantu para startup mengerti pola dari permintaan konsumen dalam pemenuhan kepuasan konsumen tersebut.

Kata kunci: Kewirausahaan, Peramalan Penjualan, Ketrampilan Bisnis, Matematika Bisnis

1. PENDAHULUAN

Dalam perputaran bisnis barang dan jasa, penting untuk tetap bertahan dan mendapat keuntungan dalam kegiatan perdagangan. Kondisi persaingan bisnis yang ketat saat ini, penting untuk mengetahui perkembangan bisnis sejenis dan pesaing bisnis lainnya. Kegiatan dalam perebutan pangsa pasar dan pelanggan loyal atau setia menjadi hal yang sangat lumrah terjadi. Dalam tulisan Husein Umar (2002) terdapat pernyataan tentang pentingnya suatu perusahaan mengerti besar dan lingkup pasar yang ingin dimasuki, disaat barang dan jasa yang dibuat akan dijual atau dipasarkan.

Penting untuk bisa mempertahankan atau meningkatkan laba perusahaan sebagai tujuan yang harus terus dicapai oleh perusahaan. Usaha yang biasanya digiatkan dalam peningkatan keuntungan perusahaan yaitu memperoleh dan membimbing konsumen serta kemampuan untuk selalu menguasai pasar yang ada. Dalam tulisan Indriyo Gitosudarmo (2008) kemampuan dagang ini tidak bisa dilepaskan dari tugas bagian pemasaran perusahaan untuk menjalankan perencanaan yang baik dalam memanfaatkan peluang yang ada dalam pasar sehingga posisi pasar yang bermanfaat bisa selalu ditingkatkan.

Nurrahmi Hayani (2012) menyatakan bahwa dalam perencanaan strategis adalah suatu kondisi ataupun faktor yang paling penting pada pihak-pihak pengusaha dalam menentukan strategi mana yang bisa menjadi suatu acuan dalam memperoleh tujuan pendirian usaha tersebut. Strategi juga bisa dikatakan sebagai suatu proses yang berkelanjutan dalam perencanaan yang besar dalam kegiatan operasi dan manajemen sehingga perusahaan dalam berjalan dengan baik sampai memperoleh tujuan perusahaan.

Kotler dan Armstrong (2012) menyatakan dalam pemasaran yang merupakan kegiatan atau proses sosial manajerial, yang didalamnya terdapat pribadi-pribadi atau grup-grup yang mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan, dalam proses menghasilkan barang dan jasa atau mempertukarkan barang dan jasa yang mempunyai nilai dengan beberapa pihak. Danang Sunyoto (2012) sendiri menulis bahwa pemasaran adalah pemahaman terhadap kebutuhan serta keinginan konsumen pada barang dan jasa yang sesuai pada konsumen maka barang dan jasa yang dimaksud bisa dijual dalam proses tersebut. Maka dari itu penjual dituntut mampu mengerti inti persoalan pokok di keahliannya serta mampu menghasilkan konsep yang tepat mengenai apa yang harus dilakukan oleh pihak perusahaan dalam merencanakan strategi dalam pencapaian tujuan perusahaan.

Perencanaan strategis penting dalam penapaian keberhasilan suatu usaha, maka dari itu bidang pemasaran mempunyai peranan yang penting dalam mencapai tujuan usaha. Oleh karena itu perusahaan harus melaksanakan kegiatan pemasaran yang mengerti kebutuhan pelanggan, proyeksi dari permintaan pelanggan di masa depan untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya. Sofjan Assauri (2007) pemasaran adalah proses yang dimaksudkan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan pada aktivitas tukar menukar barang dan jasa.

Pada kegiatan atau proses jual beli ataupun penjualan, hal ini adalah sebagian dari seluruh strategi pemasaran secara detail dapat dibagi menjadi proses produksi, promosi dan Perubahan kepemilikan produk dan jasa. Walaupun begitu pada produk-produk tertentu yang dimungkinkan untuk memanfaatkan strategi penjualan harus dilanjutkan dengan konsep pemasaran yang lebih besar. Pada Kegiatan yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat ini lebih dititik beratkan pada perhitungan untuk mengerti kecenderungan dari jumlah penjualan yang menjadi inti dari keuntungan perusahaan.

2. LANDASAN TEORI

Pemasaran dan Penjualan

Sebagian besar orang memahami pemasaran sebagai kegiatan penjualan ataupun promosi. Adalah benar bahwa kegiatan penjualan dan promosi adalah bagian dari seluruh aktivitas perencanaan pemasaran. Namun pemasaran seharusnya mempunyai pengertian yang lebih besar dan lebih luas dari hanya kegiatan penjualan dan periklanan

Stanton (1995) menuliskan bahwa pemasaran adalah semua sistem yang mempunyai hubungan dengan proses aktivitas usaha, dimana tujuannya adalah perencanaan, penentuan harga, sampai kegiatan mengiklankan dan menyalurkan produk atau jasa yang dimaksud untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan, baik yang aktual maupun yang potensial. Bidang lingkup

pemasaran sangat luas, berbagai proses aktivitas yang harus dijalankan dalam menghasilkan produk dan jasa untuk diserahkan pada tangan pelanggan, sampai seluruh jangkauan aktivitas yang luas itu dapat disederhanakan.

Dalam konsep penjualan lebih ditekankan untuk kebutuhan penjual yang berarti fokus kegiatan adalah untuk menjual barang dan jasa semata. Konsep lama ini dilaksanakan untuk produk-produk yang tidak favorit. Dalam kasus ini, tujuan penjual hanya untuk menjual apa yang mampu mereka produksi daripada mampu membuat produk dan jasa yang benar-benar diinginkan oleh pelanggan. Karena itu dibutuhkan usaha extra keras untuk memperoleh hasil penjualan yang dimaksudkan untuk mencapai tujuan.

Konsep penjualan yang lama berbeda dengan konsep pemasaran yang mempunyai gambaran untuk mengerti bagaimana mampu memberi kepuasan di pihak penjual dan pelanggan. Konsep pemasaran ini diyakini akan mampu mencapai kesuksesan suatu bisnis yang lebih efektif dan mampu menghasilkan, berkontribusi dan mampu memberi hasil komunikasi terhadap nilai-nilai yang diperoleh pelanggan dalam memuaskan pelanggan itu sendiri. Konsep pemasaran dimaksudkan dalam jangka Panjang dapat mencapai tujuan keuntungan, maka perusahaan dalam mempraktekkan konsep pemasaran untuk selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

Konsep pemasaran mengandung tiga dasar pokok:

1. Perencanaan dan operasinya berorientasi pada kebutuhan dan keinginan pelanggan atau konsumen.
2. Semua aktivitas pemasaran dilakukan secara terpadu (integrated marketing).
3. Memenuhi atau mencapai tujuan perusahaan dan berusaha memberikan kepuasan semaksimal mungkin pada pelanggan.

Peramalan Penjualan

Peramalan adalah kegiatan yang memperhitungkan perkiraan yang bakal terjadi di waktu akan datang, perhitungan yang dilakukan berdasarkan data masa lalu. Jadi metode ilmiah dan kualitatif yang dilaksanakan secara sistematis. Peramalan sendiri menghasilkan perkiraan di masa mendatang sehingga pada keadaan tertentu tidak menghasilkan stok barang yang berlebih ataupun keterlambatan ataupun kekurangan stok. Sehingga hasil penentuan metoda peramalan yang tepat dapat menjadi acuan dalam penentuan jumlah produksi yang seharusnya dimanufaktur. (Makridakis, 1993)

Pendidikan Kewirausahaan

Berdasarkan Permendikbud Nomor 65 Tahun 2013 tentang standar proses, model pembelajaran yang diutamakan dalam implementasi kurikulum 2013 adalah model pembelajaran inkuiri (Inquiry based learning), model pembelajaran diskoveri (discovery learning), dan model pembelajaran berbasis permasalahan (problem based learning).

Inquiry Learning

Inquiry learning adalah bentuk pembelajaran yang menggunakan pembelajaran hitungan matematik. Pembelajaran dengan dasar matematika memang memberikan perhitungan yang kuat dalam menjalankan bisnis di masa depan. (Edelson dkk, 1999)

Discovery learning

Discovery learning merupakan kegiatan belajar mengajar yang memungkinkan penemuan-penemuan hal-hal yang berarti dalam proses belajar mengajar tersebut. Ada pun tahapan kerja model pembelajaran *Discovery Learning*: a. Memberikan rangsangan (stimulation), b. Membuat pernyataan untuk mengidentifikasi masalah (*problem statement*), c. Mengumpulkan (data

collection), d. Mengolah data (data processing), e. Menjalani proses verifikasi (verification), f. Penarikan kesimpulan/generalisasi (generalization). (Lefrancois, 1986)

Problem based leaning

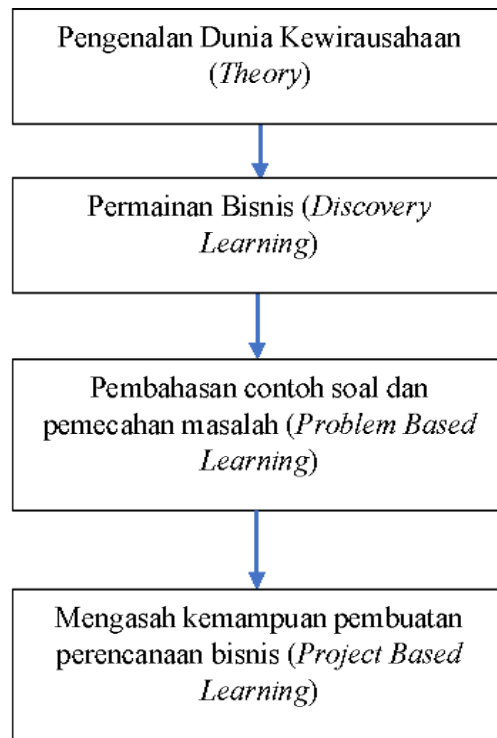
Problem based learning adalah proses pembelajaran yang ditujukan untuk memperoleh motivasi buat pelajar dalam mengenal berbagai persoalan sehari-hari di kehidupan nyata dan mampu memecahkan persoalan tersebut, hal ini diakibatkan dari pembelajaran yang dilalui oleh peserta didik (Wood, 2003). Model pembelajaran *Problem Based Learning* memiliki lima karakteristik yang membedakannya dengan model-model pembelajaran lain, yaitu: 1. *Learning is student centered*, yaitu proses pembelajaran lebih menitikberatkan kepada siswa sebagai pembelajar. Teori konstruktivisme dalam model pembelajaran *Problem Based Learning* menuntut siswa untuk dapat mengembangkan pengetahuannya sendiri melalui beberapa kegiatan yang akan mereka lakukan, 2. *Authentic problems from the organizing focus for learning*, masalah yang disajikan kepada siswa adalah masalah yang autentik sehingga siswa dengan mudah mampu memahami masalah tersebut serta dapat menerapkannya dalam kehidupan profesionalnya. 3. *New information is acquired through self-directed learning*. Dalam proses pemecahan masalah mungkin saja siswa belum mengetahui dan memahami semua pengetahuan prasyaratnya sehingga siswa berusaha untuk mencari sendiri melalui sumbernya, baik dari buku atau informasi lainnya. 4. *Learning occurs in small group*, agar terjadi interaksi ilmiah dan tukar pemikiran dalam usaha mengembangkan pengetahuan secara kolaboratif, PBM dilaksanakan dalam kelompok kecil. Kelompok yang dibuat menuntut pembagian tugas yang jelas dan penerapan tujuan yang jelas. 5. *Teachers act as facilitators*. Pada pelaksanaan PBM, guru hanya berperan sebagai fasilitator. Meskipun begitu guru harus selalu memantau perkembangan aktivitas siswa dan mendorong mereka agar mencapai target yang hendak dicapai.

Project based learning

Project based learning adalah proses pembelajaran yang ditujukan lebih berfokus pada pelajar dalam persoalan yang rumit dan memerlukan suatu kegiatan investigasi serta pemahaman yang baik dari hasil investigasi tersebut. Proses pembelajaran ini juga juga ditujukan dalam membimbing pelajar melalui kegiatan inovatif atau kolektif dalam pemanfaatan semua bahan kurikulum, dan membuat pelajar mempunyai kesempatan untuk mengeksplorasi materi pembelajaran dari berbagai teori atau bahan atau materi yang bisa dipakai dalam proses penerapan di dunia industri dan bisnis sehingga menghasilkan makna pembelajaran tertentu bagi dirinya, (Krajcik dan Blumenfeld, 2006)..

3. METODOLOGI PELAKSANAAN PKM

Pelaksanaan pelatihan ini dibagi menjadi 4 bagian pada gambar 1 yaitu bagian pengenalan dunia kewirausahaan, permainan bisnis, pembahasan contoh soal dan pemecahan masalah serta mengasah kemampuan pembuatan perencanaan bisnis.



Gambar 1. Pelatihan Kewirausahaan (Gozali, 2020)

4. PENGEMBANGAN KURIKULUM KEWIRAUSAHAAN

SMA Don Bosco Padang merupakan Sekolah Menengah Atas (SMA) yang berlokasi di daerah Padang Barat, Kota Padang, Sumatera Barat, Indonesia. SMA Don Bosco Padang didirikan pada 31 Agustus 1954 dan pada awal berdiri hanya membuka 2 kelas saja dengan 72 siswa. Latar belakang berdirinya SMA Don Bosco karena keadaan ekonomi dan situasi politik saat itu yang menyebabkan banyak orang tua tidak mampu menyekolahkan anaknya ke luar daerah. Salah satu misi dari SMA Don Bosco Padang adalah membentuk pribadi yang cerdas holistik, cerdas intelektual, spiritual, dan emosional. Tujuan pendidikan pada tingkat SMA adalah menghantar siswa ke jenjang perguruan tinggi yang sesuai dengan bakat, minat, dan kemampuannya.

Secara umum, tujuan dari pengenalan materi peramalan (forecasting) ini adalah mengenalkan kepada para siswa-siswi SMA Don Bosco bagaimana cara untuk membuat suatu perencanaan dengan menggunakan data historis yang dapat berguna untuk mengantisipasi pengeluaran di masa depan dan mengalokasikan anggaran yang dapat diterapkan di suatu organisasi sekolah yang sedang dijalankan pada saat ini serta menjadi bekal bagi para peserta didik yang ingin berwirausaha sehingga memiliki dasar perencanaan yang baik. Dengan adanya pengenalan materi peramalan ini, diharapkan peserta menjadi mampu untuk menyelesaikan masalah dan membuat perencanaan secara terstruktur sehingga dapat mengembangkan organisasi dan usaha menjadi lebih baik lagi. Penyampaian materi ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan ilmu yang baru bagi para peserta didik yang dapat berguna di kemudian hari terutama untuk menyelesaikan masalah, membuat keputusan yang tepat, dan mengembangkan potensi diri mereka.

Dalam membantu mewujudkan tujuan tersebut, Universitas Tarumanagara (UNTAR) bekerja sama dengan SMA Don Bosco Padang sebagai salah satu bentuk pembinaan tersebut dapat membuka wawasan para siswa terkait salah satu ilmu yang dipelajari pada Program Studi Teknik

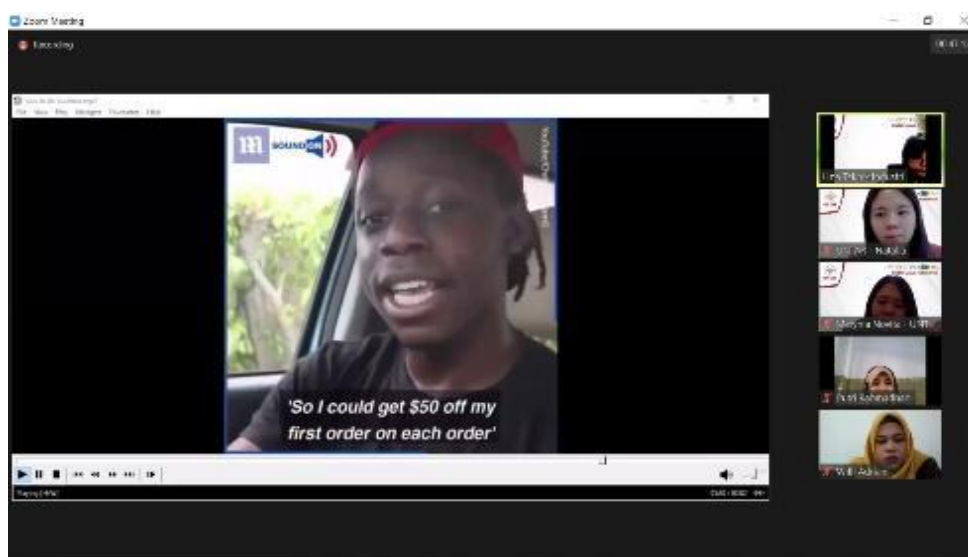
Industri, yaitu peramalan (forecasting). Kegiatan ini juga bertujuan untuk mengenalkan Universitas Tarumanagara khususnya Program Studi Teknik Industri kepada siswa/I SMA Don Bosco Padang. Pada tahun 2021 Indonesia berada dalam keadaan pandemi, maka kegiatan ini diadakan secara daring. Kegiatan secara daring memiliki beberapa kelebihan, yaitu pihak Teknik Industri UNTAR dapat menjangkau sekolah di daerah hanya dengan menggunakan gadget dan jaringan internet, tanpa mengeluarkan biaya akomodasi untuk pergi ke daerah tersebut.

5. PELAKSANAAN PENGABDIAN MASYARAKAT DI SMA DON BOSCO

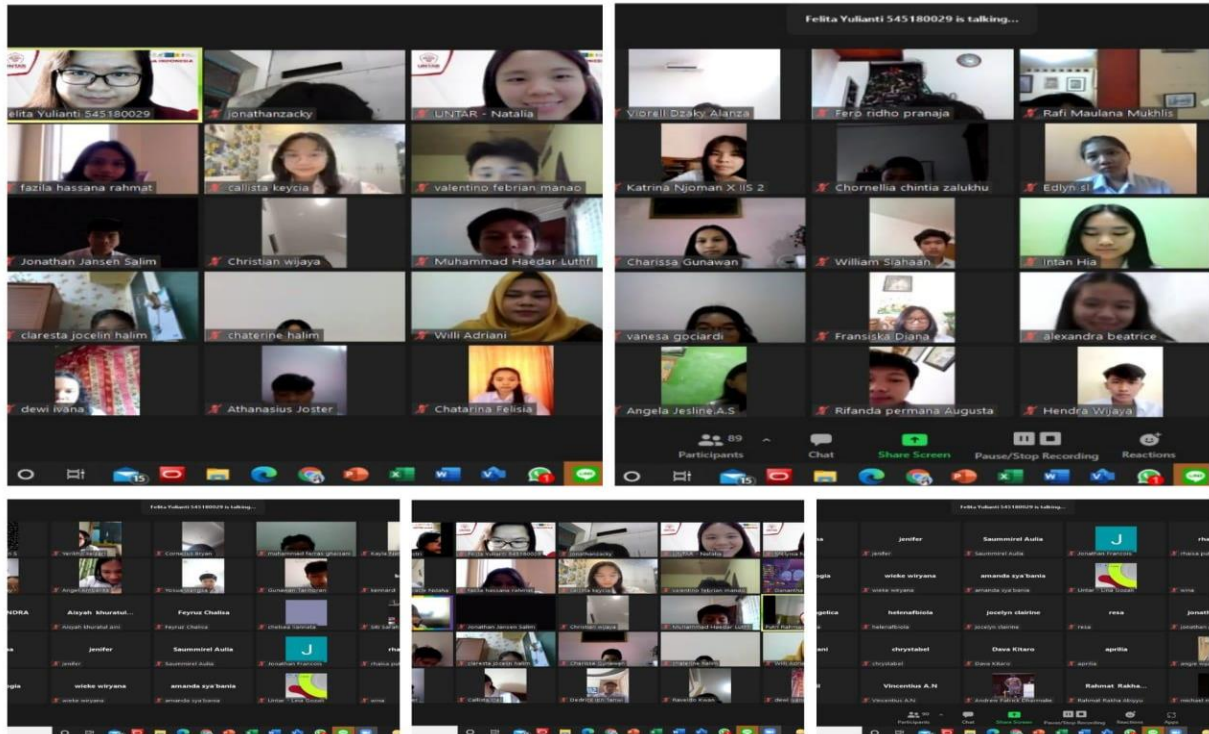
Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat (PKM) kali ini dilaksanakan melibatkan dosen dan mahasiswi-mahasiswa semester 7 Teknik Industri Universitas Tarumanagara yaitu: Lina Gozali, S.T., M.M., Ph.D, Natalia Velony Putri, Felita Yulianti, Melynia Novita Pratama. PKM kali ini mengusung tema pembelajaran peramalan permintaan bisnis untuk membantu para siswa SMA mengenal dunia kewirausahaan dalam menentukan seberapa besar perkiraan produk yang harus dihasilkan atau dijual dilihat dari jumlah permintaan yang ada selama ini. Tanggal pelaksanaan PKM adalah Hari Selasa, tanggal 28 September 2021 dengan menggunakan media pembelajaran ZOOM dan dihadiri oleh 100 siswa.

Tanggapan terhadap pembelajaran peramalan bisnis ini sangat baik dari sisi siswa-siswi peserta didik dan para guru yang ikut hadir dalam pembelajaran ini dan para peserta didik berharap akan ada pembelajaran seperti ini di masa yang akan datang lagi. Pembelajaran dimulai dengan arahan Guru kelas SMA Don Bosco Padang, kemudian diisi dengan pemutaran video bisnis, pemaparan teori dan dilanjutkan dengan games dan quiz pertanyaan soal pelatihan pembelajaran peramalan bisnis. Dan para peserta didik yang berhasil menjawab pertanyaan dengan baik diberi hadiah. Pertanyaan teori terdapat 3 peserta didik yang memperoleh nilai 100 yaitu Hansen, Ananda dan Stephani. Kemudian untuk soal perhitungan berhasil dijawab dengan benar oleh: William Siahaan, Feyruz Challisa, Vania. Selamat untuk para pemenang, semoga bisa berguna ilmu yang diperoleh dengan baik.

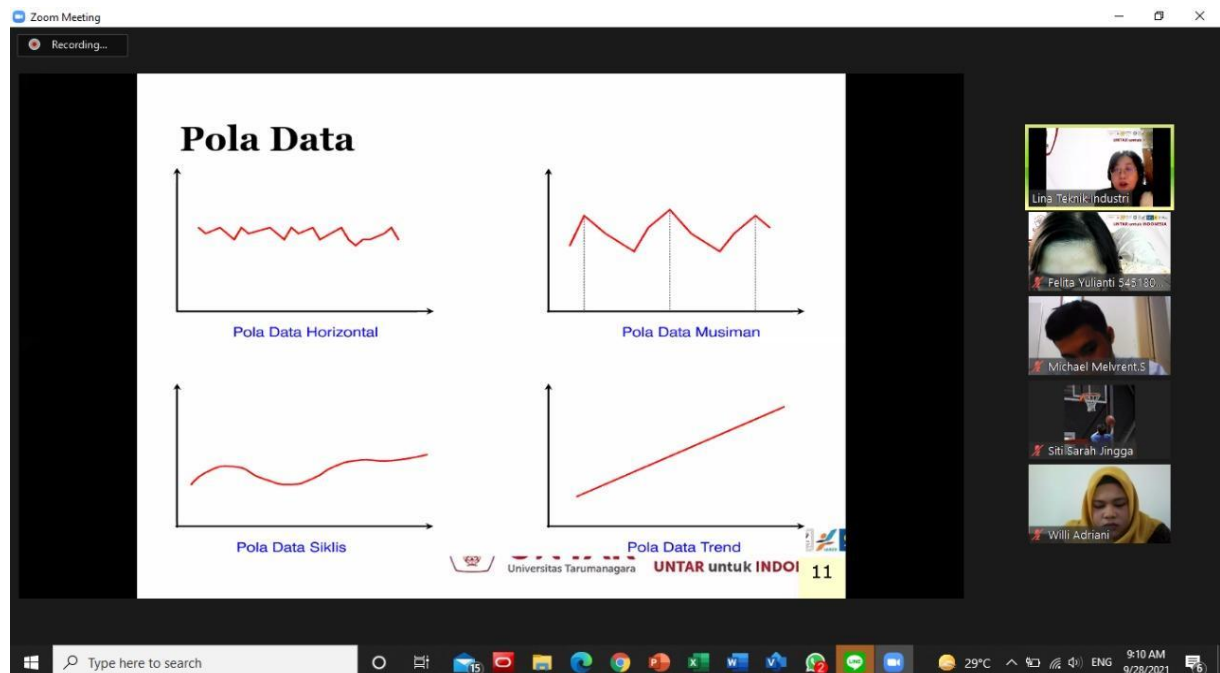
Bentuk yang dipilih pada saat pelaksanaan Inquiry Learning dan Problem Based Learning dimana para siswa peserta didik dilatih dari pukul 8.45 sampai pukul 10.15 untuk mengerti problematika bisnis dalam perhitungan matematika dan ada pelatihan menjawab soal-soal perhitungan dan teori.



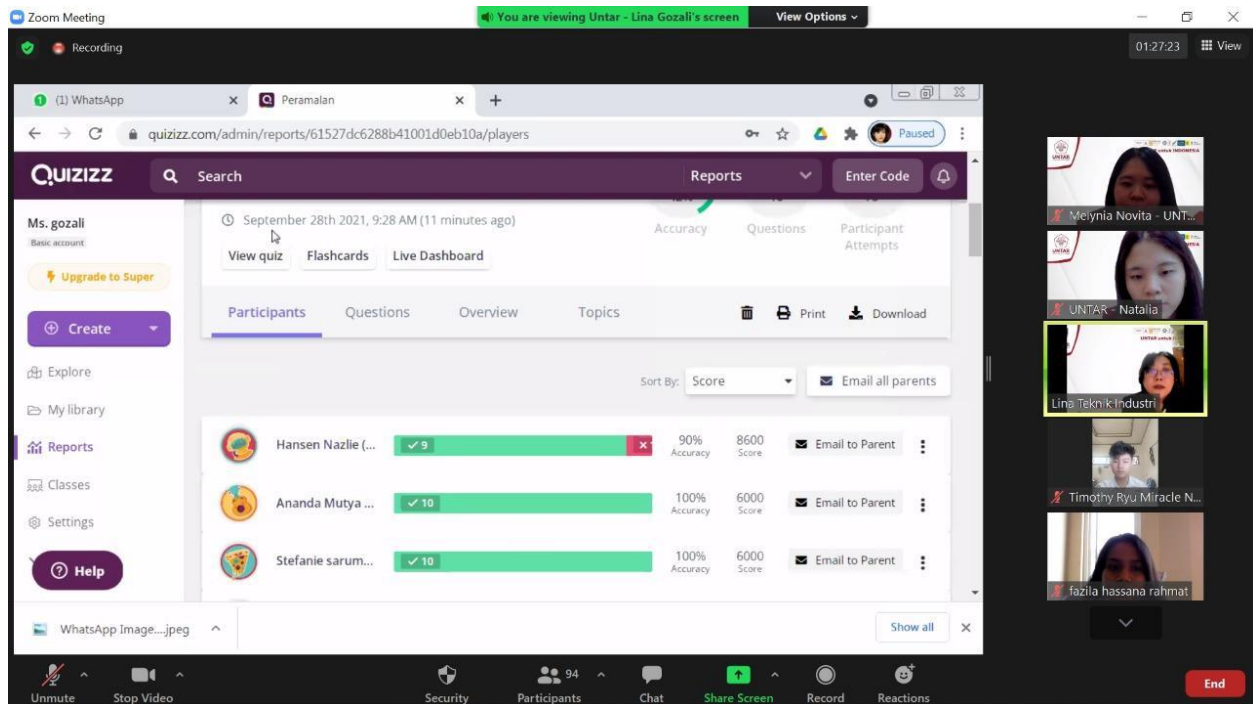
Gambar 2. Metode pembelajaran bisnis dengan pemutaran Video Bisnis



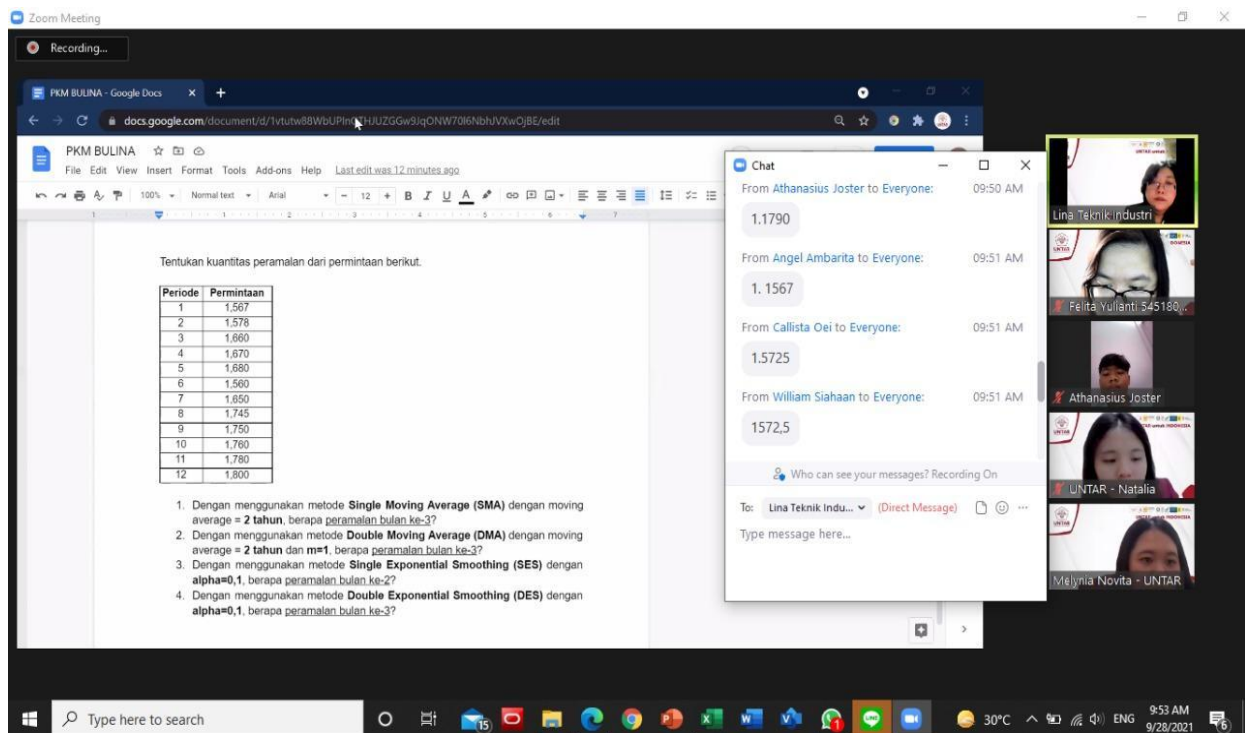
Gambar 3. Gambaran antusiasnya peserta SMA Don Bosco yang hadir



Gambar 4. Teori Peramalan yang diberikan tentang plot data



Gambar 5. Nilai Peserta didik yang diperoleh dari jawaban soal quiz untuk pemahaman teori dari peramalan bisnis



Gambar 6. Soal perhitungan yang diberikan kepada siswa untuk mengasah kemampuan analisis matematikanya

[illegible]

Gambar 7. Tanggapan atau respon positif dari siswa.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

Pembelajaran kewirausahaan diharapkan akan dapat menumbuhkan kesadaran, pemahaman kebutuhan dunia bisnis, membangkitkan keinginan dan menumbuhkan kemampuan sehingga mampu menunjukkan keberhasilan dalam dunia usaha berdasarkan pengetahuan serta kemampuan yang dibina. Materi pelajaran kewirausahaan tidak hanya teori saja yang diajarkan kepada siswa, akan tetapi siswa juga di terjunkan ke lapangan dan lebih baik lagi di tambah materi praktek. Pelaksanaan pelatihan ini dibagi menjadi 4 bagian yaitu bagian pengenalan dunia kewirausahaan, permainan bisnis, pembahasan contoh soal dan pemecahan masalah serta mengasah kemampuan pembuatan perencanaan bisnis.

Keahlian untuk membina jejaring dengan alumni atau dengan pelaku-pelaku dunia usaha juga bukanlah kemampuan yang bisa dipandang sebelah mata. Selain dari pada kemampuan dari pengenalan potensi diri, pengenalan dunia usaha, kemampuan untuk memecahkan masalah, kemampuan membuat keputusan, kemampuan kepemimpinan, kedisiplinan, mampu membuat perencanaan bisnis, kemampuan pengambilan resiko yang tidak lepas dari sosial budaya yang berlaku di lingkungan setempat.

Kemampuan manajemen sebenarnya juga dilandasi oleh analisa matematis dari model atau problematika yang sederhana. Dari pengumpulan data dan pengolahan data dapat diambil kesimpulan untuk mengerti pola atau pattern dari permintaan konsumen yang terjadi. Hal ini

membantu para start-up mengerti pola dari permintaan konsumen dalam pemenuhan kepuasan konsumen tersebut.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih saya ucapkan terhadap bantuan dan kerja sama dari pihak SMA Don Bosco, Padang yaitu Ibu Poppy Fransiska dan Bapak Martinus Kiwan selaku Pihak Yayasan Prayoga dan Kepala Sekolah SMA Don Bosco, Padang, Sumbar. Atas semua hubungan baik yang terjalin selama ini dalam hal pengabdian masyarakat, saya dengan sedalam-dalamnya mengucapkan terima kasih.

REFERENSI

- Edelson, D. C., Gordin, D. N., & Pea, R. D. (1999). Addressing the challenges of inquiry-based learning through technology and curriculum design. *Journal of the learning sciences*, 8(3-4), 391-450.
- Gitosudarmo, I. (2008). Marketing management. Yogyakarta: BPFE.
- Gozali, L., Daywin, F. J., Doaly, C. O., & Laricha, L. “Pelatihan Kewirausahaan Kepada Siswa SMK Triguna (bidang keahlian “bisnis manajemen” di Jakarta Selatan).
- Hayani, N. (2012). Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi.
- Indriyo, G. (2008). Manajemen Pemasaran, edisi kedua, cetakan pertama. Penerbit: BPFE, Yogyakarta.
- Krajcik, J. S., & Blumenfeld, P. C. (2006). Project-based learning (pp. 317-34). na.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Concepto de marketing. Naucalpan de Juárez: Pearson.
- Lefrancois, G.R. 1986. Psikologi untuk Mengajar, Alih Bahasa oleh NA Ametembun. IKIP: Bandung.
- Makridakis. (1993). Metode dan Aplikasi Peramalan. Jakarta: Bina Aksara.
- McCarthy dan Perreault, Intisari Pemasaran Sebuah Ancangan Manajerial Global, Jakarta: Binarupa Aksara, Edisi 6, Jilid 1, 1995, h. 4.
- Sofjan, A. (2007). Manajemen Pemasaran: Dasar Konsep & Strategi.
- Stanton, A. (1995). Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran. Erlangga. Jakarta.
- Sunyoto, D. (2012). Dasar-dasar manajemen pemasaran. Yogyakarta: Caps.
- Umar, H. (2002). Metode riset bisnis: panduan mahasiswa untuk melaksanakan riset dilengkapi contoh proposal dan hasil riset bidang manajemen dan akuntansi. Gramedia Pustaka Utama.
- Wood, D. F. (2003). Problem-based learning. *Bmj*, 326(7384), 328-330.