

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Perubahan Nama Universitas Telkom	1
Gambar 1.2	Peta Lokasi Universitas Telkom Program Studi Magister Manajemen.....	2
Gambar 1.3	Logo Universitas Telkom	3
Gambar 1.4	Skor TEA Indonesia dan Negara Tetangga	6
Gambar 1.5	Minat Berwirausaha Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Indonesia.....	7
Gambar 1.6	Nilai TEA Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Indonesia.....	7
Gambar 1.7	Jumlah Entrepreneur Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Jawa Barat.....	8
Gambar 2.1	Kecocokan antara pengusaha dan peluang usaha	17
Gambar 2.2	Diagram skema kerangka kerja teoritis	18
Gambar 2.3	Entrepreneurial idea vs entrepreneurial opportunity	19
Gambar 2.4	Pendekatan antara hubungan kesempatan kewirausahaan dan niat	19
Gambar 2.5	Peran <i>perceived opportunity (the evaluated idea)</i> dalam <i>entrepreneurial intention</i>	19
Gambar 2.6	Identifikasi peluang kewirausahaan yang diusulkan oleh Ko (2004).....	20
Gambar 2.7	Konsep sederhana dari hubungan antara jenis sumber daya eksternal, <i>sources</i> dan <i>graduate entrepreneurs</i>	21
Gambar 2.8	Determinan dan kebijakan yang mendukung kegiatan kewirausahaan mahasiswa.....	22
Gambar 2.9	Metodologi kewirausahaan <i>opportunity-centered</i>	23
Gambar 2.10	Variable penelitian yang digunakan	24
Gambar 2.11	Kerangka pemikiran	27
Gambar 2.12	Kerangka pemikiran	28
Gambar 2.13	Kerangka pemikiran penelitian.....	32
Gambar 3.1	Strategi Triangulasi Konkuren.....	33
Gambar 3.2	Tahapan Penelitian Strategi Triangulasi Konkuren.....	42
Gambar 3.3	Persentase dalam Garis Kontinum.....	46
Gambar 3.4	Persentase dalam Garis Kontinum.....	47
Gambar 4.1	Persentase atribut lokasi pada mahasiswa MM <i>corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	52
Gambar 4.2	Persentase atribut gaya hidup dan gaya kerja pada mahasiswa MM <i>corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum.....	53
Gambar 4.3	Persentase atribut standar hidup pada mahasiswa MM <i>corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	54
Gambar 4.4	Persentase atribut pengembangan diri pada mahasiswa MM <i>corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	55
Gambar 4.5	Persentase atribut status dan gengsi pada mahasiswa MM <i>corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	56
Gambar 4.6	Persentase atribut ekologi dan lingkungan pada mahasiswa MM <i>corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	57
Gambar 4.7	Persentase atribut kebutuhan modal pada mahasiswa MM <i>corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	58
Gambar 4.8	Persentase atribut pertimbangan lain pada mahasiswa MM <i>corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	59
Gambar 4.9	Persentase atribut komitmen dan ketetapan hati pada mahasiswa MM <i>corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum.....	61
Gambar 4.10	Persentase atribut keberanian pada mahasiswa MM <i>corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum.....	62

Gambar 4.11	Persentase atribut obsesi peluang pada mahasiswa <i>MM corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	63
Gambar 4.12	Persentase atribut toleransi risiko pada mahasiswa <i>MM corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	64
Gambar 4.13	Persentase atribut kreativitas pada mahasiswa <i>MM corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum.....	65
Gambar 4.14	Persentase atribut motivasi untuk unggul pada mahasiswa <i>MM corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	66
Gambar 4.15	Persentase atribut kepemimpinan pada mahasiswa <i>MM corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	67
Gambar 4.16	Persentase atribut akomodasi untuk usaha pada mahasiswa <i>MM corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	68
Gambar 4.17	Persentase atribut tekanan pada mahasiswa <i>MM corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum.....	69
Gambar 4.18	Persentase atribut nilai pada mahasiswa <i>MM corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum.....	70
Gambar 4.19	Persentase atribut etika dan integritas pada mahasiswa <i>MM corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	71
Gambar 4.20	Persentase atribut pemasaran pada mahasiswa <i>MM corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum.....	72
Gambar 4.21	Persentase atribut operasi atau produksi pada mahasiswa <i>MM corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	73
Gambar 4.22	Persentase atribut keuangan pada mahasiswa <i>MM corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum.....	74
Gambar 4.23	Persentase atribut administrasi pada mahasiswa <i>MM corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum.....	75
Gambar 4.24	Persentase atribut <i>interpersonal</i> atau tim pada mahasiswa <i>MM corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	76
Gambar 4.25	Persentase atribut hukum pada mahasiswa <i>MM corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum.....	77
Gambar 4.26	Persentase atribut keahlian unik pada mahasiswa <i>MM corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	77
Gambar 4.27	Persentase atribut umpan balik komitmen dan ketetapan hati pada mahasiswa <i>MM corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum.....	79
Gambar 4.28	Persentase atribut umpan balik keberanian pada mahasiswa <i>MM corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	80
Gambar 4.29	Persentase atribut umpan balik obsesi peluang pada mahasiswa <i>MM corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	81
Gambar 4.30	Persentase atribut umpan balik toleransi risiko pada mahasiswa <i>MM corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	82
Gambar 4.31	Persentase atribut umpan balik kreativitas pada mahasiswa <i>MM corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	83
Gambar 4.32	Persentase atribut umpan balik motivasi pada mahasiswa <i>MM corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	84
Gambar 4.33	Persentase atribut umpan balik kepemimpinan pada mahasiswa <i>MM corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	85
Gambar 4.34	Persentase atribut umpan balik akomodasi untuk usaha pada mahasiswa <i>MM corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	86

Gambar 4.35	Persentase atribut umpan balik tekanan pada mahasiswa MM <i>corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	87
Gambar 4.36	Persentase atribut umpan balik nilai pada mahasiswa MM <i>corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	87
Gambar 4.37	Persentase atribut umpan balik etika dan integritas pada mahasiswa MM <i>corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	88
Gambar 4.38	Persentase atribut umpan balik pemasaran pada mahasiswa MM <i>corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	89
Gambar 4.39	Persentase atribut umpan balik operasi atau produksi pada mahasiswa MM <i>corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	90
Gambar 4.40	Persentase atribut umpan balik keuangan pada mahasiswa MM <i>corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	91
Gambar 4.41	Persentase atribut umpan balik administrasi pada mahasiswa MM <i>corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	92
Gambar 4.42	Persentase atribut umpan balik <i>interpersonal</i> atau tim pada mahasiswa MM <i>corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	93
Gambar 4.43	Persentase atribut umpan balik hukum pada mahasiswa MM <i>corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	94
Gambar 4.44	Persentase atribut umpan balik keahlian unik pada mahasiswa MM <i>corporate development</i> Universitas Telkom dalam garis kontinum	95
Gambar 5.1	Kecocokan antara <i>entrepreneur</i> dan peluang usaha	108