

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
RIWAYAT HIDUP	xiii
MOTTO HIDUP	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kegunaan Penelitian	11
E. Penelitian Terdahulu	12
F. Landasan Pemikiran	14
G. Langkah-langkah Penelitian	20
BAB II KAJIAN PUSTAKA	28
A. Pengembangan Kewirausahaan	28
A.1 Pengertian Pengembangan Kewirausahaan	28

A.2 Karakteristik dan Nilai-nilai Kewirausahaan	32
A.3 Tujuan dan Manfaat Kewirausahaan	35
A.4 Proses Kewirausahaan	37
A.5 Bentuk Kegiatan Pengembangan Kewirausahaan	38
B. Manajemen Kewirausahaan di Kalangan Mahasiswa	40
B.1 Pengembangan Kewirausahaan di kalangan Mahasiswa	40
B.2 Karakteristik <i>Entrepreneur</i> di kalangan Mahasiswa	45
B.3 <i>Hard Skills</i> dan <i>Soft Skills</i> penunjang kewirausahaan Mahasiswa	47
C. Pemasaran Digital (<i>Digital Marketing</i>)	48
C.1 Pengertian Pemasaran Digital (<i>Digital Marketing</i>)	48
C.2 Fungsi dan Manfaat Pemasaran Digital	50
C.3 Jenis-jenis <i>Digital Marketing</i>	51
C.4 Manfaat Media Sosial bagi para Wirausaha Muda	54
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	58
A.1 Sejarah UKM LIKM	58
A.2 Visi dan Misi UKM LIKM	60
A.3 Visi Misi Kepengurusan Kabinet Inovatif di UKM LIKM	60
A.4 Tujuan UKM LIKM	61
A.5 Struktur Organisasi UKM LIKM	62
B. Hasil Penelitian	66
B.1 Pengembangan Jiwa Kewirausahaan terhadap	

Mitra UKM LIKM UIN Sunan Gunung Djati Bandung	66
B.2 Mitra UKM LIKM dalam memanfaatkan <i>Digital Marketing</i> sebagai sarana untuk memasarkan dan mempromosikan produk	82
B.3 Dampak media sosial bagi Mitra UKM LIKM dan pengusaha dalam mengembangkan atau meningkatkan bisnis secara digital	84
C. Pembahasan	87
C.1 Pengembangan Jiwa Kewirausahaan terhadap Mitra UKM LIKM UIN Sunan Gunung Djati Bandung	87
C.2 Mitra UKM LIKM dalam memanfaatkan <i>Digital Marketing</i> sebagai sarana untuk memasarkan dan mempromosikan produk	101
C.3 Dampak media sosial bagi Mitra UKM LIKM dan pengusaha dalam mengembangkan atau meningkatkan bisnis secara digital	103
BAB IV PENUTUP	106
A. Simpulan	106
B. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	114
PEDOMAN WAWANCARA DAN OBSERVASI	117