

## PERAN MATA KULIAH PEMASARAN DI DALAM KURIKULUM MERDEKA BELAJAR - KAMPUS MERDEKA

**Tetty Rimenda**<sup>1</sup> Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta. tetty.rimenda@akuntansi.pnj.ac.id

**R. Elly Mirati** Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta. r.ellymirati@akuntansi.pnj.ac.id

<sup>1</sup> Corresponding Author

### Abstrak

*Permendikbud no3 tahun 2020 mengamanatkan bahwa Perguruan Tinggi wajib memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk mengambil 40 SKS diluar kampus (2semester). Konsekwensi dari peraturan ini adalah perubahan kurikulum. Kurikulum kampus merdeka bertujuan untuk menumbuhkembangkan jiwa dan semangat wirausaha pada mahasiswa. Mata kuliah pemasaran adalah salah satu mata kuliah yang memberi ketrampilan kepada mahasiswa untuk menjalain hubungan yang baik dengan dunia luar kampus, Ketrampilan ini yang sangat diperlukan untuk menumbuhkan semangat wirausaha bagi mahasiswa.. Tetapi pada kurikulum lama mata kuliah pemasaran sudah dihilangkan dari kurikulum. Tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan riset eksploratory kepada alumni, dunia industry dan mahasiswa tentang pentingnya mata kuliah pemasaran di dalam kurikulum kampus merdeka, khususnya untuk program studu Akuntansi. Hasil penelitian dapat digunakan untuk memodifikasi kurikulum prodi akuntansi yang dapat mengadopsi konsep kampus merdeka..Metode penelitian menggunakan eksploratory riset dan content analysis yang berfokus kepada pemasaran berbasis tehnologi. Responden berjumlah 30 orang alumni, dan 3 orang dari dunia industri. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa gabungan dari mata kuliah pemasaran, digital marketing dan selling yang berbasis tehnologi masih dibutuhkan untuk kegiatan wirausaha kurikulum MBKM. Metode MBKM yang dipilih adalah Proses Belajar Model Non Blok Diluar Kampus. Untuk penelitian selanjutnya, diusulkan agar dilakukan penelitian untuk 8 kegiatan yang ditawarkan oleh MBKM*

*Kata kunci : pemasaran, kampus merdeka, kurikulum akuntansi, wirausaha*

### Abstract

*Permendikbud no 3 of 2020 mandates that universities are obliged to provide opportunities for students to take 40 credits of lectures outside campus (2 semesters). The consequence of this regulation is that curriculum changes must be made. The independent campus curriculum aims to foster an entrepreneurial spirit in students. Marketing courses are one of the courses that provide students with skills to establish good relationships with the outside world. This skill is very necessary to foster entrepreneurial spirit for students. But in the old curriculum, marketing courses have been removed from the curriculum. The purpose of this study is to conduct exploratory research to alumni, industry and students about the importance of marketing courses in the independent campus curriculum, especially for the Accounting study program. The research results can be used to modify the accounting study program curriculum that can adopt the concept of an independent campus. The research method uses exploratory research and content analysis that focuses on technology-based marketing. The respondents were 30 alumni, and 3 people from the industrial world. The results of the study conclude that a combination of technology-based marketing, digital marketing and selling courses is still needed for entrepreneurial activities in the MBKM curriculum. The MBKM method chosen is the Non-Aligned Learning Model Outside Campus. For further research, it is proposed to conduct research for 8 activities offered by MBKM*

*Keyword : marketing, kampus merdeka, accounting curriculum, entrepreneurship*

## I. PENDAHULUAN

Perdebatan antara pemasaran (*marketing*) dan akuntansi sudah dimulai sejak lama. Perdebatan dimulai ketika pemasaran menitik beratkan aktifitasnya menggunakan marketing konsep yang membutuhkan biaya besar. Ketika biaya yang dikeluarkan tidak dapat memberikan hasil dalam satu siklus akuntansi membuat perdebatan antar bidang pemasaran dan bidang akuntansi semakin meruncing. Bidang akuntansi mengatakan bahwa biaya yang dikeluarkan bidang pemasaran tidak dapat dipertanggung jawabkan, Disisi lain pihak pemasaran mengatakan biaya pemasaran efeknya biasanya jangka panjang, dan tidak dapat dipertanggung jawabkan secara penuh dalam satu siklus akuntansi. sehingga diperlukan pengukuran (*metric*) berbeda dengan pengukuran untuk mengukur biaya finansial. (Roslander & Wilson 2008).

Perdebatan antara bidang pemasaran dan bidang akuntansi kian meruncing dan akhirnya berimbas ke dunia pendidikan. Dimana *marketing-accounting interface* menjadi satu topik perdebatan yang belum memiliki titik temu. Hanssen dan Egger (2010) mengatakan bahwa ada 4 topik yang memungkinkan terjadinya interface dibidang pemasaran dan akuntansi yaitu : *entrepreneurship; small business marketing; entrepreneurial marketing; practical significance; context of research; and modeling*. Selanjutnya Phillips & Halliday (2008) mengatakan bahwa sinergi antara marketing dan akuntansi hanya dapat dilakukan dengan memanfaatkan data dan teknologi.

Perdebatan *marketing-accounting interface* di dunia bisnis mempengaruhi penyusunan kurikulum pendidikan akuntansi di universitas. Banyak sekali universitas yang tidak lagi memasukkan mata kuliah *marketing* (pemasaran) dikurikulum pendidikan akuntansi. Salah satu contohnya adalah Politeknik Negeri Jakarta yang memiliki program studi akuntansi tetapi sudah mengeluarkan mata kuliah *marketing* (pemasaran) dari kurikulum sejak tahun 1995 an, dengan berbagai pertimbangan yang menekankan bahwa mahasiswa yang belajar akuntansi lebih memerlukan topik yang berkaitan dengan bidang keilmuannya.

Kondisi ini sudah berjalan lama, sehingga ketika Menteri Pendidikan dan Kebudayaan mencanangkan program Merdeka Belajar- Kampus Merdeka (MBKM) melalui Permendikbud no 3 tahun 2020 yang mengamanatkan bahwa Perguruan Tinggi wajib memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk mengambil 40 SKS diluar kampus (2semester) dan 20 SKS di prodi yang berbeda (1 semester) tetapi di Perguruan Tinggi yang sama. Kegiatan MBKM ini bertujuan untuk menyiapkan mahasiswa menghadapi perubahan tehnologi, perubahan sosial, perubahan budaya, perubahan dunia kerja dan kemajuan teknologi yang pesat, sehingga mahasiwa diwajibkan memiliki kompetensi untuk dapat mengikuti perubahan ini. Link and match tidak saja dengan dunia industri dan dunia kerja tetapi juga dengan masa depan yang berubah dengan cepat.

Ada 8 kegiatan yang ditawarkan oleh MBKM yaitu : (1) Magang/Praktek Kerja (2) Proyek di desa (3) Mengajar di Sekolah (4) Pertukaran pelajar (5) Penelitian / Riset (6) Kewirausahaan (7) Studi Proyek Independent dan (8) Proyek Kemanusiaan (sumber Dirjen Dikti 2020). Hampir semua kegiatan yang ditawarkan berkaitan dengan bidang sosial yang membutuhkan ketrampilan pemasaran dan ketrampilan komunikasi. Mata kuliah pemasaran dan komunikasi adalah mata kuliah yang memberi ketrampilan kepada mahasiswa untuk menjalin hubungan yang baik dengan dunia luar kampus, menjalin hubungan interpersonal yang baik, Ketrampilan ini yang sangat diperlukan untuk menumbuhkan semangat wirausaha bagi mahasiswa. Tuntutan kurikulum MBKM adalah mahasiswa dapat menjalin hubungan baik dengan masyarakat dan pemangku kepentingan tetapi sayang sekali kurikulum yang diajarkan di kampus, belum menunjang kompetensi mahasiswa untuk dapat menjalankan kegiatan MBKM. Agar program MBKM ini dapat berjalan dengan lancar, maka perguruan tinggi harus mempersiapkan program kegiatan ini dengan lebih hati-hati, dan mempertimbangkan banyak kepentingan

Tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan riset eksploratory kepada kurikulum MBKM yang berfokus kepada pencarian informasi tentang mata kuliah apa saja yang akan mendukung pelaksanaan kegiatan MBKM. Serta Proses pembelajaran mana yang lebih disukai, apakah metode Blok atau metode Non Blok. Dugaan yang ingin diklarifikasi adalah mata kuliah pemasaran dapat membantu mahasiswa untuk melaksanakan kegiatan MBKM bidang wirausaha. Hasil penelitian diharapkan dapat menyumbang masukan untuk evaluasi kurikulum

## II. KAJIAN LITERATUR

### A. Merdeka Belajar – Kampus Merdeka

Proses pembelajaran dalam kurikulum MBKM berpusat pada mahasiswa (*student centered learning*) yang memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk mengembangkan inovasi, kreativitas, kepribadian, dan kemandirian untuk mencari pengetahuan melalui observasi terhadap kenyataan di lapangan, serta berusaha untuk mencari jalan keluar dari permasalahan yang ditemui.

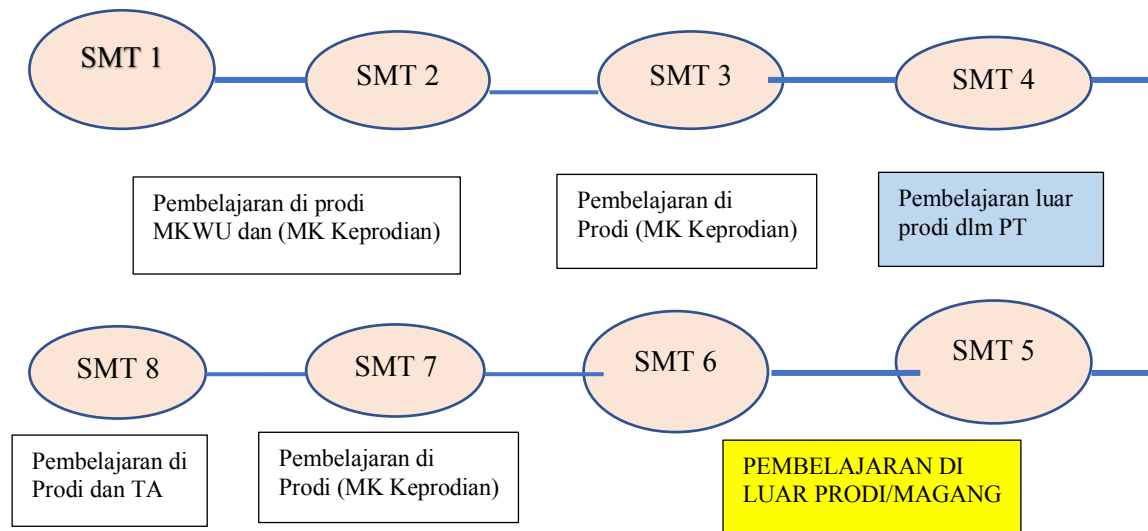
Ada tiga model proses belajar MBKM yang ditawarkan oleh Dirjen Dikti, yaitu (1) Proses Belajar Model Blok di Luar Perguruan Tinggi, (2) Proses Belajar Model Non Blok di Luar Perguruan Tinggi dan (3) Proses Belajar Model percepatan yang hanya menawarkan 7 semester perkuliahan bagi mahasiswanya. Pada penelitian ini hanya akan dibahas Proses Belajar Model Blok dan Proses Belajar Model Non Blok

#### a. Proses Belajar Model Blok diluar Perguruan Tinggi

Proses belajar model blok diluar perguruan tinggi menawarkan 8 semester perkuliahan dan pembuatan TA/Skripsi. Semester 1-3 perkuliahan dilakukan di prodi, semester 4 dilakukan di luar prodi tetapi masih di dalam PT. Mata kuliah magang diberikan di semester 5-6. Dan kembali lagi

ke kampus di semester 7-8, Bagan Proses Belajar Model Blok di Luar Perguruan Tinggi dapat dilihat seperti bagan dibawah ini

**Gambar 1.1**  
**Proses Belajar Model Blok di Luar perguruan Tinggi**



Sumber : Buku saku MBKM, dirjen dikti 2020

Model Blok masih memberikan waktu bagi perguruan tinggi untuk menyiapkan kurikulum Magang, karena di semester 4, pembelajaran masih dilakukan di dalam Perguruan Tinggi tetapi dilaksanakan di prodi yang berbeda. Selanjutnya dilakukan magang selama 2 semester, sehingga mahasiswa masih mempunyai waktu 2 semester lagi untuk kembali ke kampus dan menyesuaikan diri kembali serta mulai menyusun skripsi

Untuk program studi dengan bentuk paket seperti Politeknik Negeri Jakarta. memasukkan mahasiswa dari prodi lain ke prodi di jurusannya akan menimbulkan kesulitan tersendiri. Misalnya terbatasnya kapasitas ruang kelas atau lab.

**b. Proses Belajar Model Non Blok Pembelajaran diluar PT**

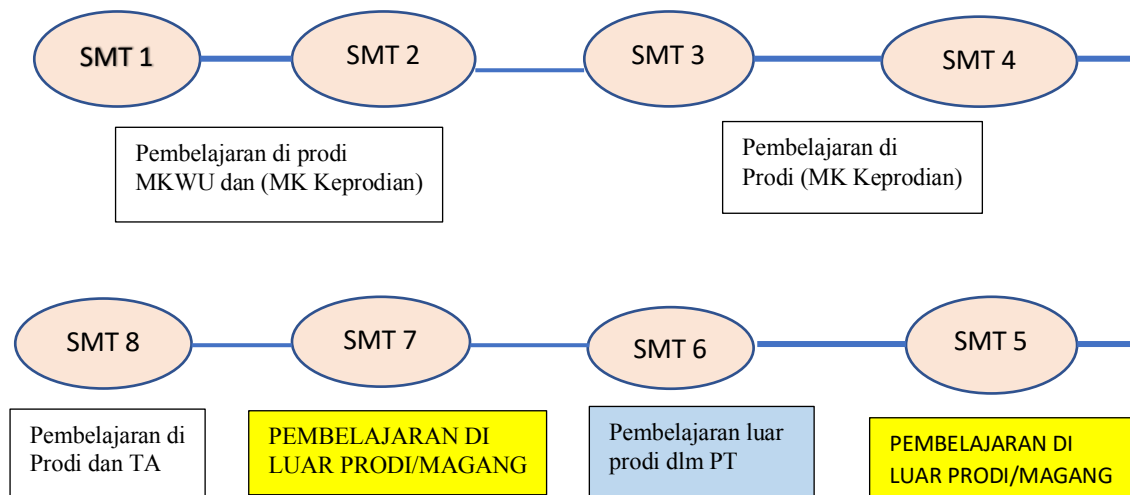
Proses belajar model non blok diluar perguruan tinggi menawarkan program yang sedikit berbeda dengan program blok Pembelajaran di Luar Perguruan Tinggi. Kegiatan MBKM baru

dimulai pada semester 5, lebih lama satu semester dibandingkan dengan dengan model Blok Pembelajaran di luar Perguruan tinggi yang sudah memulai kegiatan MBKM

Untuk membuat mahasiswa tidak “hilang” diluar kampus maka pelaksanaan MBKM dilakukan berselang seling yaitu semester 5 diluar prodi, kembali ke kampus di semester 6 untuk melaksanakan pembelajaran diluar prodi didalam perguruan tinggi, kemudian di semester 7 kembali lagi keluar kampus untuk melakukan magang.

Bagan Proses Belajar Model Non Blok di Luar Perguruan Tinggi dapat dilihat seperti bagan dibawah ini

**Gambar 1.2**  
**Proses Belajar Model Non Blok di Luar perguruan Tinggi**



Sumber : Buku saku MBKM, dirjen dikti 2020

Keistimewaan dari Model Non Blok MBKM di luar kampus adalah magang yang dilaksanakan di semester 7 menjelang mahasiswa membuat skripsi. Hal ini membuat mahasiswa masih mempunyai keterikatan dengan perusahaan tempatnya magang, sehingga membuatnya lebih mudah mencari pekerjaan di perusahaan tempatnya magang.

### c. Kegiatan Diluar kampus

Ada 8 kegiatan luar kampus yang ditawarkan seperti pada gambar dibawah ini. Kedelapan kegiatan itu membutuhkan peraturan peraturan, pedoman untuk melaksanakan kegiatan MBKM. Selain peraturan pelaksanaan kegiatan MBKM tersebut, dibutuhkan pula kompetensi tertentu untuk dapat melaksanakan kegiatan tersebut. Penelitian ini hanya berfokus kepada kegiatan wirausaha sebagai langkah awal dalam melakukan eksploratory research. Wirausaha adalah kegiatan yang

sangat didukung oleh pemerintah, karena dapat memberi lapangan kerja bagi banyak orang, sehingga apabila mahasiswa sudah diarahkan untuk melakukan kegiatan wirausaha sewaktu mengikuti kegiatan MBKM, maka kegiatan tersebut akan menjadi satu pengalaman yang akan menentukan pilihan bekerja setelah lulus dari kampus.

**Gambar 1.3**  
**Kegiatan MBKM di luar kampus.**



Sumber : Buku saku MBKM, dirjen dikti 2020

### III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan eksploratory riset yang akan mengumpulkan data untuk memberi masukan kepada evaluasi kurikulum MBKM. Penekanan dalam *eksploratory research* ini adalah untuk mengetahui peranan mata kuliah kompetensi, mata kuliah penunjang dan etika di dalam kurikulum MBKM. Peran mata kuliah kompetensi itu berfokus kepada technology. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah :

1. Interview mendalam (*Indepth interview*) yang dilakukan dengan 3 orang nara sumber dari pihak industry yang terdiri dari 2 orang dari KAP (Kantor Akuntan Publik). Satu orang wakil KAP yang sudah menjalin hubungan kerja sama dengan Politeknik Negeri Jakarta selama 6 tahun. Satu orang lagi dari KAP yang belum menjalain hubungan kerja dengan Politeknik Negeri Jakarta. Satu orang lagi adalah wakil dari fintec yang banyak terlibat dengan wirausaha muda. Untuk mendapatkan hasil yang lebih baik, maka wawancara dilakukan secara tidak

terstruktur. Nara sumber dapat menyampaikan pendapat dan usulannya secara terbuka. Hasil wawancara ini akan di simpulkan dan mejadi indikator utama (*key indicator*) Langkah penelitian selanjutnya.

## 2. Pencarian Literature (*Literature research*)

Pencarian Pustaka difokuskan kepada sumber informasi MBKM oleh dirjen DIKTI. Selanjutnya juga dilakukan penelusuran pustaka yang berkaitan dengan indikator utama (*key indicator*) yang sudah disimpulkan berdasarkan wawancara dengan nara sumber. Selain itu dilakukan juga pencarian informasi yang berkaitan kurikulum MBKM di prodi akuntansi, informasi yang berkaitan dengan mata kuliah kompetensi, mata kuliah penunjang, dan mata kuliah etika

## 3. Diskusi dengan 30 orang alumni yang dilakukan by zoom. Diskusi juga bersifat tidak terstruktur yang bertujuan untuk melelukan konfirmasi terhadap masukan-masukan yang diperoleh dari hasil wawancara dengan nara sumber dan penelusuran pustaka.

Untuk mengerucutkan dan mengintrepretasikan hasil wawancara (indepth Interview digunakan analysis spiral model (4 level) sehingga ditemukan hasil yang diharapkan

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Indikator utama (*key indicator*)

Indikator utama diperoleh dari wawancara yang dilakukan dengan KAP, untuk mencari pendapat mereka tentang mata kuliah yang berhubungan dengan kegiatan wirausaha akan dilaksanakan oleh mahasiswa di luar perguruan tinggi

Tabel 1.1

Penentuan key indicators dengan cara penilaian dan pembobotan

NO	Key Indicators	A					B					C					TOTAL
		NILAI			BOBOT	JML	NILAI			BOBOT	JML	NILAI			BOBOT	JML	
		1	2	3		-	1	2	3		-	1	2	3		-	
1	Matkul Akuntansi	-	-	3	5	15	-	-	3	5	15	-	-	3	5	15	45
2	Pajak	-	2	-	5	10	-	-	3	5	15	1	-	-	5	5	30
3	Etika	-	-	3	5	15	-	-	3	5	15	-	-	3	5	15	45
4	Komunikasi Konvensional	1	-	-	5	5	-	2	-	5	10	1	-	-	5	5	20
5	Digital Marketing	-	-	3	5	15	-	-	3	5	15	-	3	-	5	15	45
6	Hukum	-	2	-	5	10	1	-	-	5	5	1	-	-	5	5	20
7	Kewirausahaan	-	-	3	5	15	-	-	3	5	15	-	-	3	5	15	45
8	Pemasaran	-	-	3	5	15	-	-	3	5	15	-	2	-	5	10	40

9	Selling	-	-	3	5	15	-	-	3	5	15	-	-	3	5	15	45
10	Komputer	-	-	3	5	15	-	2	-	5	10	-	-	3	5	15	40

Dari pembobotan dan penilaian terhadap mata kuliah yang diajarkan berdasarkan kurikulum MBKM diperoleh kesimpulan bahwa ada mata kuliah penunjang yang sebaiknya ditambahkan ke dalam Kurikulum MBKM, karena menurut narasumber yang diwawancara, mata kuliah tersebut cocok dimasukkan apabila ingin memberlakukan kurikulum MBKM, terutama apabila kegiatan di luar kampus yang dipilih adalah wirausaha. Dalam menentukan key indicator, ditetapkan batas nilai yang dapat diterima adalah 40 – 45. Sehingga terdapat 7 mata kuliah yang dapat dipakai sebagai key indicator untuk kurikulum MBKM yang mengambil kegiatan wirausaha.

### 2. Uji Silang Key Indicator dengan Kurikulum MBKM

Langkah selanjutnya adalah melakukan uji silang antara key indicators dengan kurikulum MBKM di prodi akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

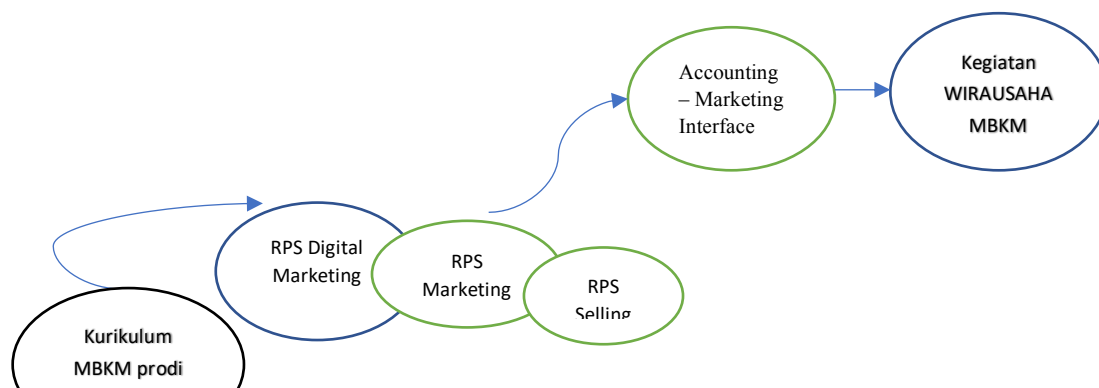
Tabel 1.2  
Uji Silang Key Indicator dengan Kurikulum MBKM  
Prodi Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta

NO	Key Indicators	Nilai	SMT	Kurikulum
1	Matkul Akuntansi	45	1'-5	Ada
2	Etika	45	1'-2	Didlm matkul negara
3	Digital Marketing	45		Tidak ada
4	Kewirausahaan	45	4	Ada
5	Pemasaran	40		Tidak ada
6	Selling	45		Tidak ada
7	Komputer	40	1'-5	Ada

Dari uji silang, diperoleh hasil bahwa ada 3 mata kuliah yang belum termasuk di dalam kurikulum MBKM prodi akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, yaitu mata kuliah Digital Marketing , Pemasaran dan Selling. Sedangkan uji silang terhadap key indicators lainnya menunjukkan bahwa mata kuliah tersebut sudah ada di dalam kurikulum prodi akuntansi.

### 3. Spiral Model Analysis

Gambar 1.4  
Spiral Model Analysis





Hasil content analysis terhadap RPS 3 mata kuliah, Digital Marketing yang dilakukan dengan 30 orang alumni prodi Akuntansi -, diperoleh hasil bahwa untuk dapat melaksanakan kegiatan Wirausaha MBKM, diperlukan mata kuliah yang menggabungkan antara mata kuliah Digital Marketing, Marketing dan Selling.

#### 4. Model Pembelajaran MBKM

Dari content analysis yang dilakukan terhadap 30 orang alumni yang diminta untuk memberi pendapat, tentang model pembelajaran yang paling sesuai untuk kurikulum MBKM, diperoleh hasil 70% (21 orang) memilih Metode Pembelajaran Non Blok di Luar Kampus. Alasan yang dikemukakan sebagai berikut :

Tabel 1.3  
Metode Pembelajaran Non Blok Di Luar Kampus

Metode Pembelajaran Non Blok di Luar Kampus		
SMT	Kegiatan	Alasan
5	Pembelajaran Di Luar Prodi/Magang	Magang diluar prodi, setelah menyelesaikan mata kuliah ke prodian secara psikologis memberi rasa ringan, karena tanggung jawab perkuliahan sudah dilaksanakan
6	Pembelajaran di luar prodi dlm PT	Kembali lagi ke kampus, untuk mengambil mata kuliah yang dirasa kurang sewaktu magang. Selain itu dapat merefresh informasi yang mungkin tertinggal sewaktu magang. Serta mempersiapkan topik skripsi yang akan diambil
7	Pembelajaran Di Luar Prodi/Magang	Kembali lagi, membuat rasa percaya diri semakin meningkat. Magang di semester 7, dapat menjalin network untuk persiapan bekerja.
8	Pembelajaran di Prodi dan TA	Kembali ke kampus untuk menulis skripsi, tapi tetap berhubungan dengan pimpinan di tempat magang

Sebagian alumni berpendapat bahwa ada rasa nyaman dengan pengaturan magang yang diselang-seling antara magang didalam kampus dan magang di luar kampus, karena mereka tidak harus meninggalkan kampus dengan waktu yang lama. Ada rasa khawatir bahwa terlalu lama diluar kampus akan membuat mereka terlena, sehingga lupa untuk menulis skripsi. Magang di semester 7 mendapat apresiasi yang sangat baik, karena membuat network dengan personel tempat magang masih baik. Hubungan yang baik ini akan mempermudah ketika mereka akan melamar pekerjaan.

Kekurangannya adalah, beban mereka untuk menulis skripsi dan magang yang dilakukan bersamaan di semester 7 sedikit berat. Tetapi bila dilaksanakan dengan serius, maka hal itu dapat diatasi

Selanjutnya ada 30% (( orang) yang lebih memilih model pembelajaran Blok di Luar Kampus, dengan berbagai argumentasi, antara lain

Tabel 1.4  
Metode Pembelajaran Blok Di Luar Kampus

Metode Pembelajaran Blok di Luar Kampus		
SMT	Kegiatan	Alasan
4	Pembelajaran di luar prodi dlm PT	Mengambil mata kuliah di luar prodi, di dalam PT untuk mempersiapkan magang diluar prodi. Dengan mata kuliah tambahan dari luar prodi, menambah percaya diri untuk melakukan magang diluar. Untuk Akuntansi : dapat mengambil mata kuliah pemasaran di jurusan AN
5	Pembelajaran Di Luar Prodi/Magang	Magang selama 2 semester (1 tahun) diluar kampus, akan menambah kemampuan bekerja di tempat magang, karena terjun langsung untuk bekerja dalam waktu yang lama, dapat menambah kompetensi dalam bekerja
6		
7	Pembelajaran Di Prodi	Kembali lagi ke kampus untuk belajar mata kuliah keprodi, misalnya metodologi riset dapat memicu untuk segera menyelesaikan skripsi
8	Pembelajaran di Prodi dan TA	Menyelesaikan Skripsi

Nilai tambah dari model pembelajaran blok diluar kampus adalah jangka waktu magang yang cukup lama yaitu selama 2 semester (1 tahun). Lamanya waktu magang membuat mereka lebih menguasai dan trampil mengerjakan pekerjaan di tempat magangnya.

#### IV. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil adalah : Kurikulum MBKM membutuhkan tambahan matakuliah yang berasal dari mata kuliah (1) Digital Marketing (2) Marketing dan (3) Selling untuk memperkaya dan menambah pengetahuan mahasiswa untuk melaksanakan kegiatan Kewirausahaan di luar kampus. Ketiga mata kuliah tadi dapat di kaji kembali, dengan lebih memperbanyak muatan tehnologi sehingga topik yang diajarkan benar-benar topik yang dibutuhkan dalam Kurikulum MBKM. Metode pembelajaran yang lebih disukai adalah Metode Pembelajaran Non Blok diluar Kampus, dimana magang diluar kampus diselingi dengan magang diluar prodi di dalam kampus.

Masih banyak kekurangan di dalam penelitian ini. Untuk penelitian selanjutnya disarankan agar pengumpulan data dengan content analysis lebih mendalam dan detail. Selain itu dapat dilakukan untuk delapan kegiatan yang ditawarkan dalam MBKM

## DAFTAR REFERENSI

1. Buku Panduan Medeka Belajar – Kampus Merdeka (2020) Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan
2. Buku Saku Panduan Medeka Belajar – Kampus Merdeka (2020) Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan
3. Hansen, David J & Fabian Eggers : The marketing/entrepreneurship interface: a report on the “Charleston Summit”, *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship* Vol. 12 No. 1, 2010 pp. 42-53
4. Hills Gerald E, Claes M. Hultman & Morgan P. Miles (2008) : The Evolution and Development of Entrepreneurial Marketing, *Journal of Small Business Management* 2008 46(1), pp. 99–112
5. Roslander Robin & Richard M. S. Wilson (2008) : The marketing / accounting interface *Journal of Marketing Management* , 2008, Vol. 24, No. 1-2, pp.661-668
6. Trochim William M.K & James P Donnelly (2008): *The Research Methods Knowledge Base*, 3<sup>rd</sup> ed Cengage Learning