

REVOLUSI AGILITY KAMPUS: Dari Nilai Filosofis Menuju Nilai Pasar – Kepemimpinan Rudyono Darsono Mentransformasi UTA'45 Jakarta Melalui Intrapreneurship dan Transfer Teknologi

Robert Edward¹, Fauzan Ismail², Mutia Khoerunnisa³, Aulia Rahmadhani⁴

¹Dosen Prodi Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta

²³⁴Mahasiswa Prodi Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta

ABSTRACT

Korupsi di sektor pemerintahan menjadi penghalang utama dalam pertumbuhan ekonomi dan kepercayaan para pengusaha di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak dari korupsi di sektor publik terhadap lingkungan investasi dan kepercayaan para pelaku usaha di Indonesia. Fenomena ini cukup penting karena tingkat korupsi yang tinggi bisa membuat investor lokal maupun asing kehilangan kepercayaan terhadap kebijakan yang stabil, serta mengurangi masuknya investasi langsung dari luar negeri (Foreign Direct Investment). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dengan menganalisis hubungan antara indeks persepsi korupsi, tingkat kepercayaan bisnis, dan indikator iklim investasi berdasarkan data sekunder serta hasil survei dari para pelaku usaha. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap pemahaman tentang tata kelola publik, serta memberikan saran kebijakan untuk memperkuat transparansi dan integritas di sektor publik Indonesia.

Kata Kunci: Jurnal, Penelitian, Kewirausahaan, Korupsi Sektor Publik, Iklim Investasi, Kepercayaan Bisnis

Pendahuluan

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Strategis

Akselerasi menuju Indonesia Emas 2045 memerlukan ketersediaan *human capital* dengan kualitas di atas rata-rata, ditandai oleh inovasi berkelanjutan dan etos karakter yang kuat. Perguruan tinggi (PT) berfungsi sebagai *delivery mechanism* utama untuk kapabilitas tersebut.

UTA '45 Jakarta, dengan *legacy* historisnya, memiliki tugas kritis untuk mentransformasi nilai-nilai kebangsaan menjadi kapabilitas fungsional yang dapat diimplementasikan

dalam praktik ekonomi. Di tengah tantangan disrupsi dan *turbulent environment* (15 tahun kepemimpinan Bapak Rudyono Darsono), Karakter Kebangsaan dipertahankan sebagai nilai inti yang tidak dapat dinegosiasikan, berfungsi sebagai *differentiator* dalam etika dan integritas kerja civitas akademika.

Merespons revolusi industri 4.0 dan Society 5.0, kepemimpinan universitas, didorong oleh latar belakang *entrepreneurial* Bapak Rudyono Darsono, memosisikan inovasi, disipin dan kecepatan sebagai *strategic imperative*. Filosofi ini diinternalisasi melalui kombinasi *entrepreneurship* (menciptakan bisnis baru) dan *intrapreneurship* (menciptakan nilai di dalam organisasi), yang bertujuan menghasilkan SDM yang bukan hanya *job-seeker* tetapi *value-creator*.

1.2 Isu Kritis (Rumusan Masalah)

Berdasarkan konteks strategis di atas, isu-isu kritis yang dianalisis adalah:

1. Bagaimana Karakter Kebangsaan diformulasikan sebagai *core competence* dan pondasi etis dalam membangun kapabilitas organisasi di UTA '45 Jakarta?
2. Bagaimana kerangka *intrapreneurship* dikembangkan dan diukur penerapannya di kalangan civitas akademika sebagai indikator *organizational agility* terhadap perubahan teknologi?
3. Bagaimana desain program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) berbasis kewirausahaan di UTA '45 Jakarta mampu menghasilkan *measurable economic impact* dan mentransfer teknologi ke komunitas lokal?
4. Bagaimana *leadership philosophy* Bapak Rudyono Darsono berfungsi sebagai *driver* utama bagi transformasi budaya inovasi dan implementasi strategi universitas?

1.3 Tujuan Analisis

Analisis ini bertujuan untuk:

1. Mengevaluasi konsep dan mekanisme internalisasi Karakter Kebangsaan pada seluruh level UTA '45 Jakarta.
2. Menganalisis model *intrapreneurship* akademik UTA '45 Jakarta dan mengidentifikasi contoh *quick-win innovations* internal.

3. Mendokumentasikan dan menganalisis efektivitas program PkM kewirausahaan dalam membangun ekosistem yang berkelanjutan di internal dan eksternal universitas.
4. Menganalisis elemen-elemen kepemimpinan Bapak Rudyono Darsono sebagai *strategic alignment mechanism* dalam mencapai tujuan organisasi.

1.4 Definisi Operasional Istilah Kunci

Untuk menjamin pemahaman yang seragam dan memperjelas konteks studi, berikut adalah definisi operasional dari beberapa istilah kunci berbahasa Inggris yang digunakan dalam dokumen ini:

1. ***Value-Creating Organization***: Organisasi (dalam hal ini Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta) yang tidak hanya menjalankan fungsi administratif dan pengajaran, tetapi secara proaktif menghasilkan nilai tambah (*added value*), baik berupa inovasi, produk, lulusan yang siap menciptakan pekerjaan, maupun dampak sosial-ekonomi yang signifikan bagi masyarakat.
2. ***Human Capital***: Nilai ekonomi dari keahlian, pengetahuan, atribut, dan pengalaman kolektif yang dimiliki oleh sumber daya manusia (SDM) di UTA '45 Jakarta (dosen, staf, dan mahasiswa). Dalam konteks ini, *Human Capital* unggul adalah SDM yang memiliki kapabilitas adaptif dan integritas karakter.
3. ***Core Competence***: Kemampuan atau keahlian utama yang membedakan UTA '45 Jakarta dari institusi lain, yang sulit ditiru oleh pesaing, dan menjadi sumber keunggulan kompetitif berkelanjutan. Dalam studi ini, *Core Competence* tersebut berjangkar pada karakter kebangsaan dan kewirausahaan.
4. ***Intrapreneurship***: Praktik kewirausahaan yang dilakukan di dalam sebuah organisasi yang sudah ada. Ini melibatkan pendorong inovasi, pengambilan risiko, dan penciptaan nilai baru oleh karyawan, dosen, atau staf (seluruh civitas akademik), yang difasilitasi oleh struktur organisasi universitas.
5. ***Organizational Agility***: Kemampuan UTA '45 Jakarta untuk bergerak cepat, merespons perubahan pasar (disrupsi teknologi, regulasi, permintaan mahasiswa), dan beradaptasi secara efektif tanpa kehilangan fokus strategis intinya.

6. **Strategic Imperative:** Sebuah tindakan atau tujuan yang dianggap sangat penting dan harus diimplementasikan secara prioritas untuk menjamin kesuksesan jangka panjang atau kelangsungan hidup organisasi. Di UTA '45 Jakarta, inovasi, disiplin dan kecepatan dipandang sebagai *strategic imperative*.
7. **Calculated Risk:** Pengambilan risiko yang dilakukan setelah melalui analisis dan pertimbangan yang matang, di mana potensi keuntungan yang didapat jauh lebih besar daripada kerugian yang mungkin terjadi, dan kerugian tersebut telah diprediksi serta dapat ditanggung oleh organisasi.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus eksploratif. Metodologi ini dipilih untuk mendapatkan *deep insight* (kedalaman pemahaman) mengenai proses implementasi strategi, *leadership commitment*, dan *value proposition* dari program kewirausahaan UTA '45 Jakarta.

2.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah Studi Kasus Kualitatif pada UTA '45 Jakarta. Data dianalisis secara deskriptif untuk mengonstruksi narasi komprehensif tentang *strategic alignment* antara karakter kebangsaan, inovasi, dan *community engagement*.

2.2 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memastikan validitas internal, pengumpulan data menggunakan triangulasi metode:

1. **Wawancara Mendalam (*Deep Interview*):** Teknik ini krusial untuk menggali *tacit knowledge* (pengetahuan implisit) dan *strategic rationale* (dasar pemikiran strategis) dari informan kunci (*key informants*), meliputi:
 - Pimpinan Puncak: Untuk memahami visi, nilai kepemimpinan, dan *critical decision points*.
 - Manajer Fungsional (Dosen/Staf): Untuk menganalisis tantangan implementasi dan manifestasi *intrapreneurship*.
 - Penerima Manfaat PkM (Pelaku UMKM): Untuk mengukur dampak program dan *value-added* yang dirasakan secara langsung.

2. **Pengamatan (*Observasi*) Lapangan Terstruktur:** Pengamatan dilakukan pada *locus* kegiatan untuk memverifikasi kesesuaian antara kebijakan yang dinyatakan dan praktik yang dilaksanakan (*espoused theory vs. theory-in-use*). Fokus meliputi:

- Internal Kampus: Observasi operasional adanya *booth* inkubasi kewirausahaan dan interaksi mahasiswa-pasar pada bazar kewirausahaan.
- Eksternal (Locus PkM): Verifikasi pelaksanaan *transfer knowledge* Kecerdasan Artifisial di Cigombong dan *upgrading* produk dan *packaging* di Muara Gembong.

3. **Studi Dokumentasi:** Analisis dokumen formal (Laporan Tri Dharma, Kurikulum, Kebijakan Internal) untuk memverifikasi *strategic consistency* dan *compliance*.

2.3 Analisis Data

Data kualitatif dianalisis menggunakan metode *Thematic Analysis*, melibatkan: *Data Reduction* (fokus pada tema Karakter Kebangsaan, Inovasi, dan Kepemimpinan), *Data Display* (pemetaan hubungan sebab-akibat), dan *Conclusion Drawing/Verification* (menarik kesimpulan yang valid hingga titik dalam proses penelitian kualitatif di mana tidak ada lagi informasi atau wawasan baru yang ditemukan dari pengumpulan data tambahan tercapai).

III. KAJIAN PUSTAKA

3.1 Karakter Kebangsaan: Dimensi dan Kapabilitas Inti

Karakter kebangsaan, dalam konteks manajemen, dipandang sebagai *corporate value* yang mendorong *ethical behavior* dan *organizational resilience*. Nilai-nilai ini, yang berakar pada Pancasila, menjadi penentu kualitas *output* (lulusan) dan *outcome* (dampak) institusi.

Karakter Kebangsaan sebagai *Core Value*:

Karakter Kebangsaan diterjemahkan sebagai dimensi perilaku yang esensial bagi *value-creator* di pasar global, meliputi: Integritas Religius, Nasionalisme (Cinta Tanah Air), Kemandirian (Otonomi Kerja), Etos Kerja Keras, Kreativitas, dan Disiplin Diri. Nilai-

nilai ini menjadi prasyarat untuk membentuk *sustainable entrepreneur* (Rumah Inspirasi, 2011; Ardhani dkk., 2022).

3.2 Kerangka *Intrapreneurship* dalam Organisasi Akademik

Intrapreneurship (*corporate entrepreneurship*) didefinisikan sebagai praktik kewirausahaan yang dilakukan di dalam sebuah organisasi yang sudah mapan, berfokus pada inovasi dan pengambilan risiko yang difasilitasi oleh struktur organisasi tersebut (Soltanifar et al., 2018). Dalam kerangka akademik, *intrapreneurship* adalah kunci untuk meningkatkan kapabilitas internal organisasi dan daya saing, dengan mendorong revitalisasi kompetensi serta penciptaan nilai baru di kalangan civitas akademika (Vassilakopoulou & Grisot, 2020).

Model *Intrapreneurship* UTA '45 Jakarta:

Model ini berfokus pada pendorongan *behavioral attributes* (atribut perilaku) di seluruh level universitas, ditujukan untuk: Dosen (*Academic Innovator*) yang mendorong *curriculum re-engineering* dan penelitian proaktif; Staf (*Operational Innovator*) yang menciptakan *quick-win solutions* untuk peningkatan efisiensi layanan (proses digitalisasi, *self-service*); dan Mahasiswa (*Idea Generator*) yang didorong untuk mengambil inisiatif program non-akademik yang menciptakan nilai tambah internal. Struktur ini memastikan bahwa inovasi dapat muncul dari level manapun dalam organisasi.

IV. PEMBAHASAN: IMPLEMENTASI STRATEGIS

4.1 Internalisasi Karakter Kebangsaan: Dari Nilai Menjadi Etos Kerja

Implementasi Karakter Kebangsaan di UTA '45 Jakarta merupakan proses strategis yang berfokus pada transisi dari nilai filosofis menjadi etos kerja dan kepatuhan disiplin dalam pelaksanaan Tri Dharma. Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta memberikan kesempatan kepada seluruh civitas akademika untuk meningkatkan wawasan kebangsaan melalui acara Kuliah Umum (*General Lecture*) dengan mengundang tokoh publik yang memiliki karakter kebangsaan tinggi, salah satunya Muhammad Zamroni, S.I.P., M.Si. Letnan Jenderal TNI. Penerapan yang ketat terhadap nilai-nilai inti ini menciptakan lingkungan yang menolak *mediocrity* dan secara konsisten mendorong *excellence* di kalangan dosen, staf, dan mahasiswa. Dengan demikian, Karakter Kebangsaan berfungsi sebagai panduan perilaku yang menjamin konsistensi etika organisasi, membentuk identitas yang kuat dan unik bagi institusi.

Lebih lanjut, tujuan utama dari internalisasi Karakter Kebangsaan ini adalah untuk menghasilkan lulusan yang tidak hanya menguasai keahlian teknis di bidangnya, tetapi juga memiliki integritas yang menjadi diferensiasi di pasar tenaga kerja. Penekanan pada etika dan moralitas kerja ini merupakan komponen krusial dalam menghadapi *business ethics challenges* di era modern, memastikan bahwa lulusan UTA '45 Jakarta adalah individu yang kredibel, berprinsip, dan mampu menjadi *value-creator* yang bertanggung jawab di tengah masyarakat.

4.2 Pengembangan Ekosistem Kewirausahaan dan Inkubasi Praktis

UTA '45 Jakarta telah berhasil membangun ekosistem kewirausahaan yang terintegrasi, dirancang khusus untuk secara efektif mengurangi *barrier to entry* bagi mahasiswa yang ingin memulai bisnis. Kurikulum wajib yang menstandarkan *entrepreneurial mindset* sebagai *basic life skill* bagi semua lulusan menjadi fondasi awal, memastikan bahwa setiap mahasiswa memahami konsep dan dasar-dasar kewirausahaan terlepas dari latar belakang program studinya.

Fasilitas inkubasi *Zero-Cost* yang disetujui oleh pimpinan UTA 45 Jakarta, berupa penyediaan *booth* gratis selama satu tahun kepada mahasiswa yang mendapatkan hibah P2MW (Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha) dikti di tahun 2022, merupakan salah satu subsidi strategis yang vital. Kebijakan ini memungkinkan mahasiswa melakukan *market testing* dan *cash flow generation* tanpa dibebani risiko modal awal yang besar, yang seringkali menjadi penghalang utama bagi wirausahawan pemula. Selain itu, bazar periodik yang mewajibkan *exposure* produk melatih *market sensitivity* dan *sales capability* mahasiswa secara nyata, sejalan dengan prinsip inovasi Schumpeter (1934) yang mensyaratkan validasi ide melalui interaksi langsung dengan pasar.

4.3 PkM: Leveraging Teknologi untuk Economic Empowerment

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dijalankan oleh UTA '45 Jakarta secara strategis berfokus pada peningkatan *digital maturity* UMKM lokal, menandai pergeseran dari sekadar bantuan fisik menuju *knowledge transfer* berbasis kapabilitas. Fokus ini merupakan *forward-looking strategy* universitas, yang menyadari bahwa daya saing UMKM di masa depan sangat bergantung pada penguasaan teknologi digital dan pasar daring.

Alih-alih memberikan bantuan barang, universitas memastikan bahwa PkM berfungsi sebagai mekanisme untuk *economic empowerment* berkelanjutan. Intervensi yang diberikan berpusat pada pemanfaatan teknologi modern, seperti Kecerdasan Artifisial, dan restrukturisasi nilai produk. Hal ini memastikan bahwa dampak PkM tidak hanya bersifat sementara, tetapi mampu mentransformasi model bisnis UMKM mitra menjadi lebih tangkas (*agile*) dan siap bersaing di ekosistem *e-commerce* global.

4.3.1 Peningkatan *Product Value* di Muara Gembong

Fokus PkM di Muara Gembong adalah meningkatkan *tangible value* (nilai fisik) dan *perceived value* (nilai yang dirasakan konsumen) produk UMKM melalui intervensi yang sangat praktis dan terarah. Program ini dimulai dengan bantuan teknis untuk diversifikasi produk dan peningkatan kualitas olahan, memastikan bahwa produk dasar memiliki standar yang lebih tinggi sebelum dipasarkan.

Inti dari program ini adalah *Branding* dan *Packaging Re-engineering*, yaitu peningkatan kemasan dan merek produk dodol dari buah pohon mangrove untuk memenuhi standar pasar. Transformasi kemasan ini bertujuan untuk secara langsung meningkatkan *price point* produk dan memperluas *market reach* UMKM, mengubah produk lokal menjadi komoditas yang menarik dan bernilai jual, sekaligus memberikan *competitive edge* sebagai oleh-oleh daerahnya.

4.3.2 *Digital Transformation* dan Pemanfaatan Kecerdasan Artifisial (AI) di Cigombong, Bogor

PkM di Cigombong, Kabupaten Bogor, adalah implementasi konkret dari *forward-looking strategy* universitas, dengan berfokus pada *digital skill transfer* terkini. Program ini secara khusus mencakup Pelatihan *AI-Assisted Marketing*, memberikan *hands-on training* kepada UMKM mengenai penggunaan *tools* Kecerdasan Artifisial sederhana yang bisa digunakan untuk membuat logo, *story telling marketing*, dan lainnya. Tujuannya adalah untuk membantu mereka dalam *content generation* yang efektif, *customer segmentation* yang akurat, dan optimalisasi *digital storefront* mereka.

Pendekatan ini sangat krusial dalam Optimalisasi *Digital Channel*, di mana UMKM diajarkan cara *leveraging* media sosial dan *e-commerce* untuk berinteraksi dengan konsumen secara *real-time*. Hasil yang diharapkan adalah peningkatan *market agility* dan kemampuan *fast response* UMKM terhadap perubahan tren pasar, memastikan mereka

dapat bersaing secara digital dan memperluas basis pelanggan tanpa terikat pada lokasi fisik.

4.3.3 Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Memperluas Pasar dalam Jangkauan UMKM di Clincing, Jakarta Utara

Tujuan utama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara, adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan kapabilitas pelaku UMKM terkait pentingnya pemanfaatan digital marketing bagi keberlangsungan usaha mereka. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan metode seminar dan workshop praktis. Pemasaran yang sebelumnya mahal dan terbatas kini menjadi lebih efisien dan terarah dengan bantuan teknologi digital.

Dari sisi efisiensi operasional, teknologi digital membawa dampak besar dalam mempercepat dan menyederhanakan proses bisnis. Penerapan sistem pembayaran digital, seperti QRIS dan e-wallet, memungkinkan transaksi dilakukan dengan lebih cepat dan akurat. Efisiensi ini memungkinkan UMKM menghemat waktu dan biaya, sehingga dapat lebih fokus pada pengembangan dan inovasi produk.

Transformasi digital juga secara signifikan meningkatkan daya saing UMKM. Dengan akses ke pasar digital, UMKM di Kota Jakarta mampu menjangkau pelanggan baru, baik di dalam negeri maupun luar negeri, tanpa batasan geografis. Selain itu, kemampuan menggunakan data analitik membantu pelaku usaha memahami tren pasar, preferensi pelanggan, dan menciptakan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar, sehingga mendorong pertumbuhan berkelanjutan.

4.4 Kemitraan Strategis dan Standardisasi Global

Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta telah menunjukkan kesadaran yang tinggi akan pentingnya jejaring strategis dalam pembangunan ekosistem kewirausahaan yang kokoh. Kemitraan dengan organisasi seperti (Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia) IWAPI dan Gerakan Penciptaan Lapangan Kerja Melalui Wirausaha (OK OCE) menyediakan akses ke *mentorship network* yang luas, serta memberikan mahasiswa kesempatan untuk terpapar pada *real-world business practices* dari para pengusaha berpengalaman. Kerjasama ini berfungsi sebagai jembatan antara teori akademik di kampus dan realitas praktis di dunia usaha. Implementasi kegiatan dilakukan seperti DPD IWAPI DKI Jakarta menggelar RAKERDA I di Hotel Bidakara 1, dimeriahkan dengan kompetisi *booth*

pameran dan apresiasi produk kewirausahaan terbaik bagi anggota. Sementara realisasi kegiatan dengan OK OCE (Gerakan Penciptaan Lapangan Kerja Melalui Wirausaha) meliputi Bedah Buku Kewirausahaan dan Kuliah Tamu yang diselenggarakan untuk mata kuliah *Tour and Travel Management*.

Selain itu, kemitraan dengan Wadhwani Foundation sangat strategis karena memastikan *alignment* kurikulum kewirausahaan UTA '45 Jakarta dengan standar kompetensi global. Standardisasi ini memberikan nilai tambah yang signifikan bagi lulusan, menjamin bahwa kapabilitas kewirausahaan yang mereka miliki diakui di tingkat internasional. Keseluruhan kolaborasi ini menegaskan komitmen universitas untuk tidak bekerja secara eksklusif, melainkan membangun ekosistem yang kolaboratif dan berorientasi pada peningkatan kualitas berkelanjutan.

V. KEPEMIMPINAN DAN DRIVER TRANSFORMASI

5.1 Kepemimpinan Rudyono Darsono: *Catalyst* Budaya Organisasi

Kepemimpinan Bapak Rudyono Darsono selama 15 tahun terakhir telah terbukti menjadi *agent of change* utama dalam *organizational transformation* UTA '45 Jakarta (Permana, 2021). Nilai-nilai kepemimpinan beliau secara langsung mengkonstruksi budaya organisasi yang spesifik, terutama dalam hal penekanan pada *resilience* dan etos juang tinggi. Filosofi ini memastikan bahwa institusi memiliki *organizational resilience* untuk bertahan dalam tekanan, mampu mengelola dinamika transisional, dan secara konsisten mengejar tujuan strategis meskipun menghadapi keterbatasan sumber daya.

Selain aspek ketahanan, kepemimpinan ini sangat fokus pada *agility* dan *disruptive innovation*, yang mendorong *behavioral change* di seluruh *stakeholder* untuk bertindak proaktif. Kebijakan yang mendukung Komitmen pada Risiko Terukur (*Calculated Risk*), seperti program *zero-cost booth* dan investasi pada pelatihan dosen di bidang kewirausahaan, menunjukkan keberanian strategis yang penting. Nilai kepemimpinan ini secara keseluruhan menjamin bahwa *strategic vision* diterjemahkan menjadi *operational excellence* yang didukung oleh budaya *intrapreneurship* yang kuat, menjadikan beliau sebagai *catalyst* utama bagi transformasi universitas.

VI. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI STRATEGIS

6.1 Kesimpulan Analitis

1. Internalisasi Karakter Kebangsaan sebagai *Core Competence*

UTA '45 Jakarta telah berhasil menetapkan karakter kebangsaan bukan hanya sebagai nilai filosofis, melainkan sebagai *core competence* yang berfungsi ganda. Pertama, karakter kebangsaan diinternalisasi melalui berbagai kebijakan dan etos kerja, membentuk landasan perilaku yang konsisten di seluruh civitas akademika, sekaligus memastikan lulusan tidak hanya unggul dalam keahlian teknis tetapi juga memiliki integritas etis yang kuat.

Proses internalisasi ini terbukti penting dalam menghadapi tantangan etika bisnis kontemporer, di mana integritas sering kali menjadi penentu utama kredibilitas profesional. Dengan memformalkan karakter kebangsaan, universitas secara strategis mempersiapkan lulusan untuk menjadi profesional yang berkarakter, sehingga memperkuat posisi mereka sebagai individu yang dapat dipercaya dan memiliki etos juang tinggi, selaras dengan semangat pendiri bangsa.

2. Kerangka *Intrapreneurship* dan *Organizational Agility*

Analisis menunjukkan bahwa model *intrapreneurship* akademik yang dikembangkan UTA '45, yang melibatkan Dosen (*Academic Innovator*), Staf (*Operational Innovator*), dan Mahasiswa (*Idea Generator*), telah bekerja secara efektif dan mendorong inovasi baik dalam kurikulum maupun proses operasional internal. Struktur yang memfasilitasi *quick-win innovations* ini menciptakan lingkungan di mana inisiatif dan pengambilan risiko terukur diakui dan didukung secara sistematis.

Lebih dari itu, kerangka *intrapreneurship* ini secara langsung berkorelasi dengan peningkatan *organizational agility* universitas. Dengan adanya pendorong inovasi internal, UTA '45 Jakarta mampu merespons perubahan teknologi, disrupsi pasar, dan tuntutan regulasi baru dengan lebih cepat dan adaptif dibandingkan organisasi yang masih terperangkap dalam birokrasi tradisional, menjadikannya indikator utama kesiapan universitas menghadapi era disrupsi.

3. PkM: Dampak Ekonomi Terukur dan Transfer Teknologi Digital

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) UTA '45 Jakarta dirancang secara strategis untuk fokus pada dampak ekonomi terukur. Program ini menjauhi pola PkM

tradisional yang hanya bersifat bantuan fisik, dan sebaliknya berfokus pada *digital skill transfer* serta *product re-engineering* di UMKM lokal, seperti *upgrading packaging* di Muara Gembong dan pemanfaatan Kecerdasan Artifisial (AI) di Cigombong.

Hasilnya adalah *measurable economic impact* melalui peningkatan *price point* dan jangkauan pasar UMKM yang menjadi mitra. PkM ini berhasil memindahkan kapabilitas teknologi digital yang relevan kepada komunitas, memberdayakan mereka untuk menjadi lebih kompetitif di ekosistem *e-commerce*, sehingga PkM berfungsi sebagai mekanisme *community empowerment* yang berkelanjutan dan berbasis pasar.

4. Kepemimpinan Transformasional sebagai *Strategic Driver*

Kepemimpinan Bapak Rudyono Darsono terbukti menjadi *driver* utama di balik keberhasilan transformasi UTA '45 Jakarta, di mana filosofi kepemimpinan beliau yang menekankan pada *resilience*, *agility*, dan keberanian mengambil *calculated risk* berhasil mengkonstruksi budaya organisasi yang pro-inovasi dan berorientasi pada hasil. Kepemimpinan ini memastikan bahwa *strategic vision* universitas selalu diterjemahkan menjadi *operational excellence* yang terukur.

Konsistensi dalam memegang teguh nilai inti karakter kebangsaan sambil mendorong inovasi telah menciptakan *strategic alignment* yang kuat di seluruh pelaksanaan Tri Dharma. Kepemimpinan ini adalah *catalyst* yang menyatukan seluruh elemen institusi menuju tujuan jangka panjang Indonesia Emas 2045, dengan *output* lulusan yang tidak hanya cerdas tetapi juga tangguh dan berkarakter.

6.2 Rekomendasi Strategis

1. Standardisasi Modul Karakter dan *Assessment Tool*

Untuk memastikan *sustainable competitive advantage* dari diferensiasi Karakter Kebangsaan, UTA '45 Jakarta harus mengambil langkah formalisasi lebih lanjut, yang mencakup standardisasi modul kuliah karakter kebangsaan yang ditampung pada mata kuliah Pancasila menjadi mata kuliah inti wajib yang sama di semua fakultas dan tingkat studi. Langkah ini bertujuan untuk menjamin konsistensi *delivery* dan menyusun materi ajar yang seragam dan kontekstual terhadap tantangan profesional abad ke-21.

Selain formalisasi kurikulum, perlu dikembangkan *assessment tool* yang canggih dan terukur, yang mampu mengukur tidak hanya pengetahuan, tetapi juga aplikasi praktis dari

integritas dan etika Karakter Kebangsaan dalam simulasi kasus atau proyek lapangan. Pengukuran yang konsisten ini sangat penting untuk menjamin kualitas *output* etis lulusan dan memperkuat keunggulan diferensiasi universitas di mata *stakeholder* industri.

2. Pengembangan *KPI Agility Internal* dan *Rewards System*

Untuk mendorong *organizational agility* yang lebih tinggi, UTA '45 Jakarta direkomendasikan untuk mengembangkan *Key Performance Indicator* (KPI) yang spesifik untuk kecepatan layanan internal. KPI ini harus mencakup metrik seperti waktu respons birokrasi, kecepatan persetujuan penelitian, atau siklus implementasi inovasi teknologi internal, dengan melakukan *benchmarking* terhadap institusi pendidikan tinggi terbaik secara global.

Pengembangan KPI ini harus didukung oleh sistem *rewards* dan pengakuan yang jelas dan transparan. Pemberian insentif, baik finansial maupun non-finansial, kepada dosen dan staf yang menunjukkan inisiatif *intrapreneurship* dan mencapai target *agility* akan memotivasi perilaku proaktif, menjadikan *quick-win solutions* sebagai norma operasional, dan memperkuat budaya inovasi dari bawah ke atas.

3. *Longitudinal Impact Assessment* dan Model *Scalability PkM*

Penting bagi UTA '45 Jakarta untuk melanjutkan dan memperdalam evaluasi program PkM dengan kerangka metodologi *longitudinal impact assessment*. Studi lanjutan ini harus fokus pada pengukuran ROI (*Return on Investment*) yang dihasilkan oleh program PkM berbasis teknologi, khususnya dalam hal peningkatan pendapatan, perluasan lapangan kerja, dan tingkat keberlanjutan finansial UMKM mitra setelah program intervensi selesai.

Berdasarkan data dampak yang terukur tersebut, universitas harus merancang *framework* yang jelas untuk *scalability*. *Framework* ini harus memungkinkan replikasi model PkM yang sukses (misalnya model pelatihan AI di Cigombong) ke wilayah intervensi lain dengan meminimalkan biaya operasional dan memaksimalkan transfer pengetahuan, sehingga dampak positif dapat diperluas secara sistematis di seluruh wilayah Jakarta dan sekitarnya.

4. Institusionalisasi *Leadership Values* melalui *Succession Planning*

Untuk menjaga momentum transformasi yang dibangun oleh Bapak Rudyono Darsono, perlu dilakukan institusionalisasi nilai-nilai kepemimpinan. Hal ini berarti mendesain program *succession planning* dan *leadership training* yang secara eksplisit memasukkan pelatihan nilai-nilai semangat juang, disiplin, inovasi, dan kecepatan kepada calon pemimpin organisasi di masa depan, memastikan bahwa filosofi kepemimpinan menjadi *organizational legacy* yang tidak terputus.

Program *leadership training* ini harus mencakup mentorship langsung dan penugasan proyek strategis yang menantang, memaksa pemimpin baru untuk mengambil *calculated risk* dan menunjukkan *agility* dalam pengambilan keputusan. Institusionalisasi ini adalah jaminan terbaik untuk kontinuitas visi strategis universitas dan keberlanjutan proses transformasi budaya inovasi yang telah berhasil dicapai dalam jangka waktu 15 tahun terakhir.

DAFTAR PUSTAKA

Ardhani, K. D., Anggadewi, H. N., Ardiansyah, P. N., Arafah, N., & Rosyida, N. P. (2022). Membentuk Karakter Bangsa Yang Kuat dengan Menerapkan Nilai-Nilai Pancasila. *Jurnal Indigenous*, 5(1), 1-13.

Kementerian Pendidikan Nasional. (2010b). *Panduan Pelaksanaan Pendidikan Karakter*. Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan, Pusat Kurikulum.

Permana, I. W. (2021). Transformasi Kepemimpinan Perguruan Tinggi di Era Disrupsi. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 6(1), 45-58.

Rumah Inspirasi. (2011, Oktober 4). 18 Nilai dalam Pendidikan Karakter Bangsa. Diambil dari **Rumah Inspirasi**: <https://rumahinspirasi.com/18-nilai-dalam-pendidikan-karakter-bangsa/>

Santoso, B. A., & Wibowo, A. E. (2018). Pendidikan Karakter Kewirausahaan Berbasis Nilai-Nilai Kebangsaan. *Jurnal Kewirausahaan*, 7(2), 110-125.

Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Slamet, A. (2020). Peran Perguruan Tinggi dalam Mewujudkan Indonesia Emas 2045. *Jurnal Pendidikan*, 12(3), 201-215.

Soltanifar, M., Bonyadi, A., & Bonyadi, M. (2018). The Role of Intrapreneurship in Creating Competitive Advantage for Companies. *Journal of Entrepreneurship Development*, 10(3), 395-415.

Suryani, N., & Hidayat, R. (2019). Strategi Pengabdian Kepada Masyarakat Berbasis Pengembangan UMKM Lokal. *Jurnal Abdimas*, 4(2), 88-99.

Vassilakopoulou, S., & Grisot, M. (2020). Intrapreneurship as a key factor for competitive advantage in organizations. *Journal of Management and Business Review*, 7(2), 180-195.