

KEWIRAUSAHAAN

Teori dan Praktis

Tim Penulis:

Agus Alimuddin - Adih Supriadi - Ujang Enas - Fauzan Aziz Komang Trisna Sari Dewi - Nikmatul Khoiriyah - Kristina Sisilia Farah Putri Wenang Lusianingrum - Titus Kristanto - Rudy Irwansyah Angga Ranggana Putra - Gusti Putu Eka Kusuma Abdul Mutolib - Marlya Fatira AK

KEWIRAUSAHAAN Teori dan Praktis

Tim Penulis:

Agus Alimuddin - Adih Supriadi - Ujang Enas - Fauzan Aziz Komang Trisna Sari Dewi - Nikmatul Khoiriyah - Kristina Sisilia Farah Putri Wenang Lusianingrum - Titus Kristanto - Rudy Irwansyah Angga Ranggana Putra - Gusti Putu Eka Kusuma Abdul Mutolib - Marlya Fatira AK



KEWIRAUSAHAAN (TEORI DAN PRAKTIS)

Tim Penulis:

Agus Alimuddin, Adih Supriadi, Ujang Enas, Fauzan Aziz, Komang Trisna Sari Dewi, Nikmatul Khoiriyah, Kristina Sisilia, Farah Putri Wenang Lusianingrum, Titus Kristanto, Rudy Irwansyah, Angga Ranggana Putra, Gusti Putu Eka Kusuma, Abdul Mutolib, Marlya Fatira AK.

Desain Cover: Ridwan

Tata Letak:

Aji Abdullatif R

Proofreader:

N. Rismawati

ISBN:

978-623-6092-59-0

Cetakan Pertama: Juni, 2021

Hak Cipta 2021, Pada Penulis

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

Copyright © 2021
by Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung
All Right Reserved

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT: WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG

(Grup CV. Widina Media Utama)

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020

Website: www.penerbitwidina.com Instagram: @penerbitwidina

PRAKATA

Rasa syukur yang teramat dalam dan tiada kata lain yang patut kami ucapkan selain mengucap rasa syukur. Karena berkat rahmat dan karunia Tuhan Yang Maha Esa, buku yang berjudul "Kewirausahaan (Teori dan Praktis)" telah selesai disusun dan berhasil diterbitkan, semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih keilmuan dan penambah wawasan bagi siapa saja yang memiliki minat terhadap pembahasan tentang Kewirausahaan (Teori dan Praktis).

Akan tetapi pada akhirnya kami mengakui bahwa tulisan ini terdapat beberapa kekurangan dan jauh dari kata sempurna, sebagaimana pepatah menyebutkan "tiada gading yang tidak retak" dan sejatinya kesempurnaan hanyalah milik Tuhan semata. Maka dari itu, kami dengan senang hati secara terbuka untuk menerima berbagai kritik dan saran dari para pembaca sekalian, hal tersebut tentu sangat diperlukan sebagai bagian dari upaya kami untuk terus melakukan perbaikan dan penyempurnaan karya selanjutnya di masa yang akan datang.

Terakhir, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan turut andil dalam seluruh rangkaian proses penyusunan dan penerbitan buku ini, sehingga buku ini bisa hadir di hadapan sidang pembaca. Semoga buku ini bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan ilmu pengetahuan di Indonesia.

Juni, 2021

Tim Penulis

DAFTAR ISI

	TA·····iii				
	R ISIiv				
BAB 1	PENGERTIAN DAN RUANG LINGKUP KEWIRAUSAHAAN ······1				
A.	Pendahuluan1				
В.	Pengertian kewirausahaan ······2				
C.	Rangkuman materi ·······12				
BAB 2	LANSKAP KEWIRAUSAHAAN······15				
A.	Pendahuluan ······15				
В.	Kewirausahaan ······16				
C.	Mitos mengenai wirausahawan ······18				
D.	Perkembangan kewirausahaan ······23				
E.	Pendekatan dalam kewirausahaan ······26				
F.	Rangkuman materi ···········35				
BAB 3	TRANSFORMASI KEWIRAUSAHAAN ······39				
A.	Pendahuluan39				
В.	Mengenal transformasi kewirausahaan (entrepre neurship				
	transformation)41				
C.	Faktor apa yang mendorong seseorang ingin menjadi				
	wirausahawan ?42				
D.	Alasan orang enggan menjadi wirausahawan ······ 44				
E.	Mitos yang salah tentang kewirausahaan ······ 45				
F.	Mengatasi munculnya rasa takut ······49				
G.	Bagaimana agar rasa takut bisa dimanfaatkan ?51				
Н.	Modal awal untuk berwirausaha ······ 52				
l.	Untuk mencapai kesuksesan dalam berbisnis bukan hanya kerja				
	keras saja (otot) yang diperlukan, tetapi harus kerja cerdas				
	(otak)55				
J.	Langkah-langkah menjadi seorang wirausahawan······56				
K.	Rangkuman materi57				
BAB 4	BAB 4 KREATIVITAS DAN INOVASI ······63				
A.	Pendahuluan63				
B.	Identifikasi ide dan mencari peluang ······ 64				

	C.	Sumber gagasan inovatif ······	
	D.	Empat model peluang berbasis pasar ······	
	E.	Mengembangkan kapasitas kewirausahaan ······	
	F.	Imajinasi dan kreativitas wirausaha ·····	
	G.	Sifat proses kreatif	
	Н.	Mengembangkan kreativitas ·····	
	I.	Arena kreativitas·····	· 76
	J.	Menciptakan pengaturan yang tepat untuk kreativitas ···········	
	K.	Inovasi dan pengusaha ·····	
	L.	Proses inovasi ·····	
	M.	Jenis inovasi ·····	· 78
	N.	Kesalahan utama dari inovasi ······	_
	0.	Prinsip inovasi	
	P.	Inovasi di era perubahan iklim ·····	
	Q.	Desain cradle-to-cradle	
	R.	Rangkuman materi ·····	
BAE	3 5 T	TEORI INSPIRASI DAN PELUANG BISNIS ······	
	A.	Pendahuluan·····	
	B.	Munculnya inspirasi	∙86
	C.	Sumber peluang	
	D.	Menemukan peluang bisnis·····	
	E.	Keberhasilan dan kegagalan sebuah peluang	.93
	F.	Rangkuman materi ·····	•96
BAE	3 6 S	SIKAP DAN PERILAKU WIRAUSAHAWAN YANG SUKSES ········	
	A.	Pendahuluan ·····	
	B.	Apa itu sikap, perilaku, wirausahawan dan sukses	
	C.	Kelebihan dan kekurangan profesi wirausaha ······	
	D.	Kunci menjadi wirausahawan sukses ······	
	E.	Success story wirausahawan sukses	113
	F.	Tahapan menjadi wirausahawan sukses	118
	G.	Rangkuman materi ·····	121

BAI	B 7 N	MENGANALISIS PELUANG BISNIS BARU ·······1	
	A.	Pendahuluan······1	L 2 3
	B.	Kemampuan membuat data yang berguna dalam pengambilar	
		keputusan ······	L 2 5
	C.	Memahami detil yang tidak penting dan yang penting1	L 40
	D.	Peluang bisnis baru di awal, detil apa saja yang benar-benar	
		kritikal? ·····	
	E.	Rangkuman materi	
BAI	B 8 R	RENCANA BISNIS·······1	_
	A.	Pendahuluan ······1	_
	B.	Definisi rencana bisnis ······	
	C.	Alasan membuat rencana bisnis·······	
	D.	Manfaat rencana bisnis ······	_
	E.	Kesalahan dalam penyusunan rencana bisnis ······· 1	
	F.	Tahapan penyusunan rencana bisnis ·······	
	G.	Rangkuman materi ····································	
BAI	B 9 N	MANAJEMEN PEMASARAN DAN PROMOSI BISNIS ·······1	
	A.	Pendahuluan ····································	-
	В.	Pengertian manajemen	
	C.	Pengertian pemasaran ······1	
	D.	Pengertian manajemen pemasaran ···································	L 71
	E.	Konsep manajemen pemasaran 1	L 74
	F.	Pengertian promosi ·························1	L 7 5
	G.	Strategi promosi	L76
	Н.	Rangkuman materi	L77
BAI		BUSINESS LIFE SKILL (Customer Service, Selling Skill, Service	
	Exc	cellent)1	
	A.	Pendahuluan······1	_
	В.	Customer service1	
	C.	Selling skill ······1	
	D.	Service excellent······1	
	E.	Rangkuman materi ····································	199

B 11	STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA ······203	
A.	Pendahuluan203	
B.	Pengertian strategi204	
C.	Strategi pengembangan usaha ·······212	
D.	Tahapan membangun strategi usaha ······ 221	
E.	Rangkuman materi ······ 223	
B 12		
A.		
B.		
C.	Definisi wirausaha digital ······233	
D.	Ruang lingkup wirausaha digital235	
E.		
F.		
G.	Tren didalam membangun kewirausahaan digital \cdots 238 $$	
Н.		
B 13		
A.		
B.	Sumber daya perempuan di Indonesia·······244	
C.	Generasi muda dan wirausaha berbasis teknologi informasi di	
D.		
E.		
F.	Wirausaha berbasis rumahan (home entrepreneurship) 254	
G.		
Н.	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	
I.		
J.		
K.	·	
L.	Rangkuman materi265	
	A. B. C. D. E. B. C. D. E. F. G. H. B. C. D. E. F. G. H. J. K.	B. Pengertian strategi 204 C. Strategi pengembangan usaha 212 D. Tahapan membangun strategi usaha 221 E. Rangkuman materi 223 3 12 KEWIRAUSAHAAN DIGITAL 227 A. Pendahuluan 227 B. Revolusi industri 4.0 231 C. Definisi wirausaha digital 233 D. Ruang lingkup wirausaha digital 235 E. Karakteristik kewirausahaan digital 235 F. Proses pengembangan wirausaha digital 237 G. Tren didalam membangun kewirausahaan digital 238 H. Rangkuman materi 240 3 13 WOMEN AND HOME ENTREPRENEURSHIP 243 A. Pendahuluan 243 B. Sumber daya perempuan di Indonesia 244 C. Generasi muda dan wirausaha berbasis teknologi informasi di Indonesia 247 D. Pengusaha wanita (womanpreneur) dan motivasinya 249 E. Faktor sukses wirausaha wanita 252 F. Wirausaha berbasis rumahan (home entrepreneurship) 254 G. Karakteristik home entrepreneurship: faktor pendorong dan hambatan 256 H. Perempuan dalam home entrepreneurship: faktor pendorong dan hambatan 257 I. Faktor-fakto

BAB 14 MEMAHAMI ETIKA BISNIS DAN TANGGUNGJAWAB SOSIAL	271	
DAD 14 WEWANAWI ETIKA DISNIS DAN TANGGUNGJAWAD SOSIAE"		
A. Pendahuluan······	271	
B. Mengenal etika bisnis ······	272	
C. Prinsip etika bisnis ······	273	
D. Dampak penerapan dan pelanggaran etika bisnis	274	
E. Tanggung jawab sosial······	276	
F. Rangkuman materi ····································	277	
GLOSARIUM280		
PROFIL PENULIS289		

ВАВ

PENGERTIAN DAN RUANG LINGKUP KEWIRAUSAHAAN

Agus Alimuddin, S.E Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta

A. PENDAHULUAN

Kewirausahaan berasal dari kata entrepreneur yang memiliki arti sebagai suatu kemampuan dalam berpikir kreatif dan inovatif dalam bergerak. Kata kewirausahaan pertama kali dikemukakan oleh Richard Cantillon, yang semakin populer semenjak digunakan oleh pakar ekonomi J.B Say. Kewirausahaan berasal dari kata wira dan usaha, wira memiliki arti sebagai keberanian sedangkan usaha memiliki arti bisnis komersial dan non-komersial. Kewirausahaan dapat dipahami sebagai suatu ilmu yang mempelajari tentang pengembangan dan pembangunan semangat kreativitas serta berani menanggung risiko terhadap pekerjaan yang dilakukan demi mewujudkan hasil karya. Namun, dalam dalam perjalanannya, para ilmuan memiliki pandangan yang beragam dalam mengartikan kewirausahaan. Berbagai pengertian yang ada tentang kewirausahaan, dapat diartikan secara universal. kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang dalam menghadapi risiko dengan mengambil langkah dalam menciptakan sesuatu yang mendatangkan manfaat dengan mengkombinasikan dari berbagai sumber daya yang

kepemimpinan atau transisi dalam kewirausahaan. Tipe kewirausahaan, diantaranya the promoter, general Manager, dan Wirausaha ahli.

TUGAS DAN EVALUASI

- 1. Apa pengertian kewirausahaan?
- 2. Apa saja karakteristik yang harus dimiliki seorang wirausahawan?
- 3. Apa saja ciri-ciri yang harus dimiliki seorang wirausahawan?
- 4. Apa saja faktor pendukung dan penghambat wirausaha dapat berhasil atau gagal ?
- 5. Apa saja tipe-tipe kewirausahaan?

DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. (2014). Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum. Alfabeta.

Basrowi. (2011). Kewirausahaan untuk Perguruan Tinggi. Ghalia.

Dewi, N. L. A., Suwena, K. R., & Sujana, I. N. (2016). Pengaruh Sikap Kewirausahaan Terhadap Kemampuan Mengelola Usaha Pada Peserta Program Mahasiswa Wirausaha (Pmw) Undiksha Tahun 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 7(2).

Fahmi, I. (2013). Analisis Laporan Keuangan. Alfabeta.

Fahmi, I. (2014). Kewirausahaan Teori, Kasus dan Solusi. Alfabeta.

Frinces, Z. H. (2010). Pentingnya Profesi Wirausaha di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan, 7*(1).

Geoffrey, G. M. (1996). *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. PT. Pustaka Binaman Persindo.

Gitosardjono, S. S. (2013). *Wirausaha Berbasis Islam & Kebudayaan*. Pustaka Bisnis Indonesia.

Hendro. (2011). Dasar-dasar Kewirausahaan. Erlangga.

Indonesia, D. A. R. (2005). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Penerbit Diponegoro.

Kasmir. (2013). Kewirausahaan. PT Raja Grafindo Persada.

Kasmir. (2014). Kewirausahaan. Rajawali Press.

- Kimura, O. N., & Masykur, A. M. (2017). Hubungan Antara Dukungan Sosial Orangtua dengan Kewirausahaan Pada Mahasiswa UKM Research n Business Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 6(1).
- Marta, M. S., Kusniasari, D., & Kurniasari, D. (2019). Interaksi Dukungan Sosial pada Hubungan Pendidikan Wirausaha, Efikasi Diri dan Minat Berwirausaha. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(1).
- Mulyani, E. (2011). Model pendidikan kewirausahaan di Pendidikan Dasar dan Menengah. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 8(1).
- Nahrodi, P. (2018). Manajemen Kewirausahaan Pesantren. *Jurnal Al-Qaidah (Jurnal Studi Islam)*, 1(1).
- Nasution, A. H. (2007). *Entrepreneurship, Membangun Spirit Teknopreneurship*. ANDI.
- Nurseto, T. (2004). Strategi Menumbuhkan Wirausaha Kecil Menengah yang Tangguh. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 1(1).
- Rahayu, T. (2019). Menumbuhkan Jiwa dan Kompetensi Kewirausahaan Berbasis Syariah Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Bakti Negara (Ibn) Tegal. *Iqtishodiah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 1(1).
- Rionga, M., & Firdaus, Y. (2007). Tenaga Kerja. Alfabeta.
- Rusdiana. (2014). Kewirausahaan Teori dan Praktik. CV Pustaka Setia.
- Santoso, F. S. (2020). Lingkungan Keluarga Sebagai Awal Pengembangan Kewirausahaan. *Nuansa akademik Jurnal Pengembangan Masyarakat*, *5*(1).
- Suherman, E. (2010). *Desain Pembelajaran Kewirausahaan*. Alfabeta.
- Sunarya, A. (2011). Kewirausahaan. Penerbit Andi.
- Suryana. (2014). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Suryana. (2018). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kita dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Suryana, Y., & Bayu, K. (2013). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausaha Sukses*. Kencana Predana Media Group.
- Z, H. (2008). Menangkap Peluang Usaha. CV Dian Anugrah Prakasa.

LANSKAP KEWIRAUSAHAAN

Adih Supriadi, S.E., M.M Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

A. PENDAHULUAN

Cobalah Anda amati dinamika usaha di belahan bumi ini, tidak terkecuali di Indonesia, baik usaha yang berskala mikro maupun makro, maka Anda akan mendapati perubahan yang sangat luar biasa. Derasnya arus globalisasi, liberalisasi perdagangan, pesatnya perkembangan teknologi, telah mengubah dinamika persaingan dimana antar pelaku usaha telah terjadi perlombaan untuk saling mengungguli. Akibatnya, situasi persaingan yang dahulu statis, kini menjadi sangat dinamik, bahkan liar. Keunggulan bersaing yang dulu menjadi andalan perusahaan, kini tidak berdaya menghadapi keunggulan baru yang diciptakan pesaing (S.B. Hari Lubis, 1984).

Menghadapi situasi seperti itu, dunia usaha dituntut untuk selalu meningkatkan dan memperbaharui keunggulannya sebelum didahului oleh pesaing. Oleh karena itu, dunia usaha harus pandai-pandai memandang masa depan mereka, kemudian menyesuaikan bisnisnya dengan perubahan yang bakal dihadapinya. Untuk mewujudkan hal itu, dunia usaha harus mempunyai kemauan untuk terus-menerus belajar guna mengembangkan wawasan baru serta cara-cara baru dalam mengelola bisnisnya. Seperti dikatakan Peter Senge (1999), perusahaan

- mengembangkan atau menggandakan uang, sementara pandangan yang lain berpendapat bahwa proses keuangan ini hanyalah salah satu segmen saja dari kegiatan kewirausahaan.
- 8. Berdasarkan pendekatan perpindahan, suasana yang dialami kelompok bisa mendorong ataupun menghambat munculnya faktorfaktor yang menyebabkan seseorang menjadi wirausaha.
- 9. Pandangan mikro membahas terutama faktor-faktor yang khas dari kewirausahaan, yaitu terutama yang muncul dari dalam diri wirausahawan sendiri. Dalam pandangan mikro terdapat tiga jenis pendekatan, yaitu pendekatan ciri, pendekatan peluang usaha dan pendekatan strategis.

TUGAS DAN EVALUASI

Untuk memperdalam pemahaman Anda mengenai materi di atas, keriakanlah latihan berikut!

- 1. Jelaskan pengertian Kewirausahaan!
- 2. Sebutkan jenis cara pandang utama dalam pemikiran mengenai kewirausahaan!
- Jelaskan cara pandang pendekatan lingkungan mengenai kewirausahaan!
- 4. Jelaskan apa yang menjadi fokus utama pendekatan keuangan?
- 5. Jelaskan pandangan pendekatan perpindahan tentang kewirausahaan!

DAFTAR PUSTAKA

Boyd and Gumpert. (1997). Coping with Entrepreneurial Stress. Harvard Business Review,

Doris Shallcross, et.al.. (1989). "Top Experts Address Issues on Creativity Gap in Higher

Education. Journal of Creative Behavior 23, No.2.

Edward de Bono. (1997). Lateral Thinking, Creativity Step by Step. New York: Harper & Row.

Jean Baptiste Say. (1988). Creativity and Entrepreneurship: How Do They Relate? Journal of Creative

Behavior 22, No.3.

- Joseph Schumpeter. (1991). The Entrepreneur. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Kuratko, Douglas W. Naffziger, et.al. (1994). "A Proposed Research Model of Entrepreneurial
- Motivation", Entrepreneurship Theory and Practice. Spring.,
- Michael Kirton. (1991). Adaptors and Innovators: A Description and Measure. Journal of Applied
- Psychology, Oct.
- Peter F. Drucker. (1995). Innovation and Entrepreneurship. New York, Harper & Row.
- Peter Senge. (1999). Modern Small Industry for Developing Countries.

 McGraw-Hill.
- Program Orientasi Industri Kecil dan Menengah di Perguruan Tinggi. (2007). Paket 1 Pelatihan IKM
- untuk Wisudawan Perguruan Tinggi. Bandung: Direktorat Jenderal Industri Kecil dan
- Menengah Departemen Perindustrian Republik Indonesia dan SBHL Consulting.
- Richard Cantillon. (1989). Small Business Success Secrets. The Entrepreneur Press.
- Ronstadt. (2000). The Dark Side of Entrepreneurship. Harvard Business Review
- S.B. Hari Lubis. (1984). Caracteristiques des Dirigeants, Degre de Croissance et Types
- d'Organization Dans Les Petites Entreprises en Indonesia. Etude de 61 Firmes Industrielles de Textile. Disertasi Doktor, IAE Grenoble-Prancis.
- Stephen WM. and A. Parasuraman. (2001). "Practical Guidelines for Small Business Marketing
- Research". Journal of Small Business Management, Jan.
- Thomas M. and R. Folger. (2007). "A Typology of Entrepreneurial Styles : Beyond Economic
- Rationality. Journal of Positive Entreprise IX, No.2.
- Timothy AM. and Ronald E. (1985). The Two Faces of Creativity. Business Horizons,

TRANSFORMASI KEWIRAUSAHAAN

Ujang Enas, M.Si STIKes Bakti Tunas Husada Tasikmalaya

A. PENDAHULUAN

Di negara berkembang seperti Indonesia, sebagian besar pendidikan kewirausahaan baru dipelajari terbatas dibangku sekolah atau perguruan tinggi tertentu saja. Pendidikan kewirausahaan ini baru sekedar SKS teoritis saja tanpa SKS praktek. Bahkan sering terjadi tenaga pengajarnya pun bukan mereka yang sudah berpengalaman atau pernah terjun langsung dalam dunia bisnis, bahkan sama sekali belum pernah menjalankan bisnis apapun, tetapi mereka hanya mempunyai modal akademis saja, hal ini masih jauh dari harapan apabila kampus mau dijadikan suatu "inkubator bisnis" bagi mahasiswa agar mereka mampu menjadi seorang wirausahawan atau *entrepreneur* apabila mereka sudah lulus dari bangku sekolah.

Dewasa ini gerakan kewirausahaan menjadi penyeimbang dominasi sistem ekonomi kapitalisme dan liberalisme yang menguasai sistem ekonomi dunia. Gerakan kewirausahaan ini merupakan suatu kebutuhan sosial yang berperspektif keadilan sosial, sedangkan sistem kapitalisme dan liberalisme hanya berkepentingan pada pasar saja yang berorientasi modal dan dikuasai hanya oleh segelintir orang. Dengan semangat kolektivisme ini, kewirausahaan menjadikan suatu wadah ekonomi dengan

- Aditi, B. 2018. Buku Ajar Entrepreneurship & STARTUP Entrepreneur Yang Unggul. Cetakan pertama. Deli Serdang: Perdana Medika.
- Asiatoday, 2020. Di ASEAN, Rasio Kewirausahaan Indonesia Tertinggal dari dan Thailand. https://asiatoday.id/read/di-asean-rasio-Malaysia kewirausahaan-indonesia-tertinggal-dari-malaysia-dan-thailand. 28 Maret 2021 (11:30).
- Amir, M. T. 2016. Corporate Entrepreneurship & Innovation: Melejitkan Semangat Intapreneurship di Organisasi. Cetakan Ke-1. Jakarta : Kencana.
- Ananda, R., dan T. Rafida. 2016. Pengantar Kewirausahaan: Rekayasa Akademik Melahirkan Entrepreneurship. Cetakan Pertama. Medan: Perdana Publishing.
- Hendro. 2011. Dasar Dasar Kewirausahaan : Panduan Bagi Mahasiswa Untuk Mengenal, Memahami, dan Memasuki Dunia Bisnis. Jakarta: Erlangga.
- Hutagalung, R. B., S. H. Situmorang. 2008. Pengantar Kewirausahaan. Cetakan Pertama, Medan: USU Press.
- Maliki, B I., A. Novialumi, dan M. Fatoni. 2020. Kewirausahaan: Wirausaha Dengan Mengoptimalkan Teknologi Kekinian. Cetakan Ke-2. Serang: CV. Penerbit 3M Media Karya.
- Muis, I., M. Usman, S. H. Hasyim, H. Anwar, Lukman, Irfan, M. J. Djangi, R. Syam, Diyahwati, M. Farid, H. Husain. 2015. Modul Kewirausahaan Untuk Mahasiswa. Edisi : Uji Coba. Makasar : Pusat Kewirausahaan Universitas Negeri Makasar.
- Munawaroh, M., H. Rimiyati, Fajarwati. 2016. Kewirausahaan: Untuk Program Strata 1. Yogyakarta: LP3M UMY.
- Rusdiana. H. A. 2018. Kewirausahaan: Teori dan Praktik. Cetakan Ke-2. Bandung: CV. Pustaka Setia.

вав **4**

KREATIVITAS DAN INOVASI

Fauzan Aziz, S.M.B., M.B.A Telkom University

A. PENDAHULUAN

Pengusaha perlu mencari dengan sengaja sumber inovasi, perubahan dan gejala mereka yang menunjukkan peluang untuk inovasi yang sukses. Pada bab ini akan membahas mengenai mengeksplorasi bagaimana ide dengan proses identifikasi peluang, mendefinisikan menggambarkan sumber peluang bagi pengusaha, mengidentifikasi empat model peluang pasar: persaingan, inovasi, kewaspadaan, dan kebutuhan sosial, memeriksa peran kreativitas dan untuk meninjau komponen utama dari proses kreatif: akumulasi pengetahuan, proses inkubasi, evaluasi dan implementasi ide, menyajikan cara mengembangkan kreativitas pribadi: mengenali hubungan, menggunakan pemikiran lateral, menggunakan 'otak' Anda, berpikir di luar kotak, mengidentifikasi arena kreativitas dan bekerja dalam iklim kreatif, memperkenalkan bagaimana inovasi dapat menginspirasi peluang melalui penemuan, perluasan, duplikasi dan sintesis, meninjau beberapa kesalahpahaman utama yang terkait dengan inovasi dan untuk menentukan 10 prinsip inovasi dan mempertimbangkan tantangan dan dinamika perubahan sosial dan inovasi keberlanjutan.

Kuratko, D. F. (2016). Entrepreneurship: Theory, process, and practice. Cengage Learning.

TEORI INSPIRASI DAN PELUANG BISNIS

Komang Trisna Sari Dewi, S.E., M.M Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja

A. PENDAHULUAN

Menciptakan sebuah bisnis baru tidaklah mudah bagi seorang wirausahawan apalagi yang baru memulai berwirausaha. Untuk memulai sebuah bisnis tidak hanya memerlukan modal materi namun diperlukan juga sebuah inspirasi. Inspirasi dapat dikatakan sebagai proses yang merangsang pikiran seseorang untuk melakukan sebuah tindakan yang kreatif. Inspirasi dapat dikatakan sebagai ide kreatif yang muncul dari dalam diri seseorang setelah adanya rangsangan dari luar. Dengan adanya inspirasi, seorang wirausaha akan menemukan ide-ide baru yang nantinya akan dikembangkan menjadi sebuah peluang bisnis. Inspirasi dapat dikatakan sebagai sumber dari peluang. Ketika seseorang memperoleh inspirasi, itu berarti dia telah membuka sebuah peluang. Inspirasi akan muncul ketika terjadi pertemuan atau titik temu antara pengetahuan, ingatan, dan latar belakang pendidikan atau pengalaman yang dimiliki oleh seseorang dengan cara pandangnya dalam melihat suatu keadaan.

Peluang bisnis adalah kemampuan seseorang dalam melihat sebuah kesempatan berbisnis yang ada di lingkungan sekitarnya. Ketika seseorang memiliki niat untuk memulai sebuah bisnis walaupun dengan modal

- Dharmawati, Made. 2016. Kewirausahaan. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.
- Hendro. 2011. Dasar-Dasar Kewirausahaan: Panduan Bagi Mahasiswa Untuk Mengenal, Memahami Dan Memasuki Dunia Bisnis. Jakarta:Erlangga.

SIKAP DAN PERILAKU WIRAUSAHAWAN YANG SUKSES

Dr. Ir. Nikmatul Khoiriyah, MP Universitas Islam Malang, Jawa Timur

A. PENDAHULUAN

Sikap dan perilaku sangat menentukan kesuksesan wirausahawan (Fisher & Koch, 2004; Robinson, 2008; Porfírio dkk., 2020). Meningkatnya wirausahawan dalam sebuah negara merupakan upaya yang terus dilakukan oleh pemerintah karena hal ini akan meningkatkan kesejahteraan negara tersebut. Makin besar jumlah wirausahawan, maka makin sejahtera penduduk sebuah negara. Demikian juga dengan negara Indonesia, sehingga di berbagai Lembaga Pendidikan disertakan materi Kewirausahaan. Bahkan saat ini kewirausahaan adalah menjadi ilmu yang dapat dipelajari dan dikembangkan. Ini diyakini mampu meningkatkan jumlah wirausahawan sukses di Indonesia.

Pada bab ini kajian diawali dari pengertian sikap, perilaku dan wirausaha, juga dibahas apa itu sukses, kemudian dilanjutkan dengan bahasan berpikir sukses dulu atau sukses dulu? karena sikap ditentukan oleh pola pikir. Sikap (attitude) menentukan Tindakan. Tindakan (action) menentukan kebiasaan. Kebiasaan (habit) menentukan karakter. Karakter (character) menentukan nasib. Jadi sebagaimana yang dikatakan oleh Adi

TUGAS DAN EVALUASI

Berikut adalah lima pertanyaan, mohon dipahami dan dijawab dengan sebaik-baiknya.

- 1. Berikan penjelasan tentang arti sikap, perilaku, wirausaha dan sukses.
- 2. Berikan penjelasan tentang kendala apa saja yang sering ditemui wirausaha dalam membangun bisnis dan bagaimana solusi yang perlu dilakukan?
- 3. Jelaskan tahapan menjadi wirausahawan sukses
- 4. Berikan penjelasan tentang teori nasib.
- 5. Begin with the end in mind adalah sikap penting menuju sukses. Berikan penjelasan.

- Fisher, J. L., & Koch, J. V. (2004). *The entrepreneurial college president*. Greenwood Publishing Group.
- Gunawan, A. W. (2007). The secret of mindset. Gramedia Pustaka Utama.
- Helton, G. (2020). If you can't change what you believe, you don't believe it. *Noûs*, *54*(3), 501–526.
- Jhamb, D., Aggarwal, A., Mittal, A., & Paul, J. (2020). Experience and attitude towards luxury brands consumption in an emerging market. *European Business Review*.
- Peseschkian, N. (2013). *If You Want Something You Never Had Then Do Something You Never Did.* Sterling Publishers Pvt. Ltd.
- Poplin, M. (2018). Small Things with Great Love. *The Wiley Handbook of Christianity and Education*, 399.
- Robinson, T. (2008). Applying the socio-ecological model to improving fruit and vegetable intake among low-income African Americans. *Journal of Community Health*, *33*(6), 395–406.
- Wang, Z. (2020). Globalization or anti-Globalization: The unexpected relationship between oil price and food price in green economy transition. *Available at SSRN 3679181*.
- Wood, M. S., Bakker, R. M., & Fisher, G. (2021). Back to the future: A time-calibrated theory of entrepreneurial action. *Academy of Management Review*, 46(1), 147–171.

MENGANALISIS PELUANG BISNIS BARU

Kristina Sisilia, S.T., M.B.A Universitas Telkom

A. PENDAHULUAN

Menemukan peluang bisnis yang tepat adalah pertanyaan penting yang harus dicari dan dihadapi semua calon wirausahawan, atau biasa dikenal dengan istilah *entrepreneur*. Beberapa hal yang sering muncul adalah tentang apakah harus fokus pada kebutuhan pasar yang belum terpenuhi? Haruskah fokus pada memilih untuk membawa produk atau layanan yang sudah ada di satu pasar lalu dibawa untuk dijual di pasar lain yang mungkin tidak tersedia? Atau membawa suatu formula atau rancangan yang telah berhasil di uji coba untuk digunakan di tempat lain, yang biasa kita sebut dengan sebuah bisnis *franchise*? Pertanyaan-pertanyaan seperti ini dan banyak lainnya yang perlu untuk dipaparkan dan dianalisis sehingga wawasan para *entrepreneur* semakin luas dan dalam untuk mengidentifikasi peluang bisnis baru tersebut dan dapat mengevaluasi potensi dan risikonya. Panduan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi peluang bisnis baru yang tepat merupakan bantuan yang dicari dan dibutuhkan para (calon) wirausahawan.

Melihat peluang pasar sangat penting untuk pertumbuhan bisnis dan kelangsungan hidup, terutama untuk mereka yang sudah memulai bisnis dan ingin terus bertahan dan bahkan bertumbuh dalam bisnisnya. Untuk

- Aaker, D. A.; Shansby, J. G. (1982). "Positioning Your Product". Business Horizons. 26: 56.
- Boehm, B (August 1986). "A Spiral Model of Software Development and Enhancement". ACM SIGSOFT Software Engineering Notes. 11 (4): 14–24. doi:10.1145/12944.12948. S2CID 207165409.
- Boyd, John R. (3 September 1976). Destruction and Creation (PDF). U.S. Army Command and General Staff College.
- Boyd, John, R., The Essence of Winning and Losing, 28 June 1995 a five slide set by Boyd.
- Louie, G., 2012. Paying Attention to Detail: It's all in the Details. Entrepreneurship through the Lens of Venture Capital. Stanford University.
- Ndubuisi Ekekwe. 2021. *Is Your Startup Doing Everything It Can to Capture Value?*. Digital Article. Harvar Business Review *HBR.org*.
- Porter, Michael E. (1985). Competitive Advantage. Free Press. ISBN 978-0-684-84146-5.

RENCANA BISNIS

Farah Putri Wenang Lusianingrum, S.Pd., M.Sc Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

A. PENDAHULUAN

Hasil dari suatu penelitian menyebutkan bahwa organisasi bisnis yang menyusun rencana bisnis yang baik (teruji dan terukur) sebelum memulai bisnis dapat bersaing dalam suatu industri (Hery, 2017). Namun, banyak wirausahawan ataupun organisasi bisnis yang seringkali mengabaikan dan tidak teliti dalam menyusun rencana bisnisnya. Rencana bisnis (Business Plan) dapat dikatakan sebagai pedoman yang dimanfaatkan untuk mempertajam dan memperinci setiap rencana yang akan diwujudkan secara efektif dan efisien sehingga perlu memperhitungkan kondisi internal dan eksternal dari organisasi bisnis. Disusunnya rencana bisnis ini membuat wirausahawan yang akan memulai bisnis memiliki pedoman dalam menjalankan bisnis sebagai upaya mengurangi risiko kegagalan. Tidak mengherankan apabila rencana bisnis memiliki hubungan erat dengan kewirausahaan. Kesuksesan dan keberhasilan yang dicapai wirausahawan berasal dari ketepatan dalam penyusunan rencana bisnis sebelum memulai bisnis. Wirausahawan dapat menyusun rencana bisnis secara formal dengan mendokumentasikannya maupun tidak formal dengan disimpan dalam pikirannya saja. Dalam bab ini, rencana bisnis akan didefinisikan dengan berfokus pada rencana bisnis yang bersifat

- Bygrave, William D. (1994). *The Portable MBA in Entrepreneurship.* John Wiley anda Sons Inc.
- Coulthard, M Howel, dan Clarke. (1996). *Business Planning: The Keys to Success*. Melbourne: Australia. Macmillan Education.
- Hisrich, R.D. dan Peters, M.P. (2002). *Entrepreneurship: Starting, Developing, and Managing New Enterprise*. New York, USA: McGraw-Hill.
- Hery. (2017). Melakukan Analisis Kelayakan dan Menyusun Rencana Bisnis yang Unggul: Design The Business Plan for Start-Up Entrepreneur. Jakarta: PT Grasindo.
- Megginson, W.L. dan Byrd, M.J. (2002). *Small Business Management: An Entrepreneur's Guide Books*. McGraw-Hill Publishing Co.
- Pramudiana, Y., Rismayani, R., dan Rahmawati, F. (2016). *Business Plan:*Bagaimana Memulai dan Menjalankan Bisnis Baru. Bandung: PT
 Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, F. (2000). Business Plan: Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wijatno, Serian. (2009). *Pengantar Entrepreneurship*. Jakarta: PT Grasindo.



MANAJEMEN PEMASARAN DAN PROMOSI BISNIS

Titus Kristanto, S.Kom., M.Kom Institut Teknologi Telkom Surabaya

A. PENDAHULUAN

Manajemen pemasaran merupakan sebuah usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan, mengawasi, dan mengendalikan kegiatan pemasaran pada organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang efektif dan efisien (Shinta, 2011). Pada organisasi diperlukan orang saling bekerja sama sesuai dengan capaian tujuan organisasi. Dalam fungsi manajemen pemasaran diperlukan adanya kegiatan menganalisis untuk mengetahui pangsa pasar dan lingkungan pemasaran, sehingga dapat memperebut pangsa pasar dan mengetahui ancaman risiko yang dihadapi (Ismanto, 2020).

Manajemen pemasaran merupakan upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup antara perusahaan dengan konsumen sebagai pemakai produk. Dikarenakan manajemen pemasaran merupakan kegiatan dari perusahaan yang berkaitan erat dengan situasi pasar.

Di era *industry* 4.0, persaingan bisnis semakin ketat antar pelaku usaha, sehingga harus pandai dalam strategi pemasaran yang akan digunakan. Strategi pemasaran berupa penawaran produk yang dibutuhkan oleh

- Anis. (2017). Manajemen Pengembangan Kurikulum Di Sekolah Dasar Isalm Azzahra Bandar Lampung. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Ismanto, J. (2020). Manajemen pemasaran (Issue 1). Unpam Press.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid* 1. Erlangga.
- Kumar, N., Scheer, L., & Kotler, P. (2000). From Market Driven to Market Driving. *European Management Journal*, 18(2), 129–142.
- Lamb, C. W., Hair Jr, J. F., & McDaniel, C. (2011). *Marketing*. South Western Cengage Learning.
- Muhadi, M. (2015). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Omzet Penjualan Cheesecake Pada L'Cheese Factory Pekanbaru Ditinjau Dalam Ekonomi Islam. In *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*. http://repository.uin-suska.ac.id/6661/
- Pezzullo, M. A. (1998). *Marketing Financial Services (American Bankers Association*). American Bankers Association; Edition Unstated.
- Pidarta, M. (2011). Manajemen Pendidikan Indonesia. Rineka Cipta.
- Priharto, S. (2019). Pengertian Manajemen Pemasaran, Fungsi, Konsep dan Karakteristiknya. CPSSpft. https://cpssoft.com/blog/manajemen/pengertian-manajemen-pemasaran-fungsi-konsep-dan-karakteristiknya/
- Putri, R. S., & Safri, I. (2015). Pengaruh Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi Pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru. *Valuta*, 1(2), 298–321.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rivai Wirasasmita, H. (2002). Kamus Lengkap Ekonomi. Pionir Jaya.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen pemasaran*. Universitas Brawijaya Press Stanton, W. J., & Lamarto, Y. (1993). *Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Supono, B. (2011). Peranan Modal Sosial dalam Implementasi Manajemen dan Bisnis. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 11(1), 10–16.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran Edisi III. Andi Offset.



BUSINESS LIFE SKILL (Customer Service, Selling Skill, Service Excellent)

Rudy Irwansyah, S.P., M.M STIE Muhammadiyah Asahan (STIEMA)

A. PENDAHULUAN

Sukses adalah menjadi dambaan bagi semua orang. Namun, tidak semudah membalikkan telapak tangan untuk menjadi seorang yang sukses. Begitu juga, tidak ada yang tidak mungkin, jika kita mau berusaha dan berani untuk memulai, ini adalah dua hal yang tidak semua orang miliki.

Berwirausaha juga memerlukan memerlukan *life skill*. Pertanyaan serta pernyataan yang senantiasa ditanyakan di forum diskusi adalah kendala yang sangat sering kita hadapi adalah sejak di bangku sekolah, kita jarang sekali dibekali dengan *life skill*. Pada akhirnya ketika selesai dari bangku sekolah, siswa atau mahasiswa tidak siap. Begitu juga ketika memilih berwirausaha ketika dewasa, kebanyakan hanya modal utamanya adalah kerja keras, semangat, dan kadang sedikit nekat. Mengapa demikian?

Wirausaha biasanya menjadi pilihan terakhir, ketika berkas lamaran kerja tak juga dilirik oleh perusahaan impian. Pada akhirnya, wirausaha pun dijalankan, namun dengan minim ide dan kreativitas. Tentunya jika kita melihat saat ini, wirausahawan di Indonesia kebanyakan memilih

- Barata, A. A. (2004). *Dasa-Dasar Pelayanan Prima*. PT Elex Media Komputindo.
- Kasmir. (2014). *Manajemen Perbankan* (Cetakan Ed). PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2017). Customer Service Excellent. PT Raja Grafindo Persada.
- KBBI. (2016). Pelayanan. https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pelayanan
- Kompas.com. (2011). Wirausaha Andalkan "Life Skill." https://money.kompas.com/read/2011/07/15/16205643/wirausah a.andalkan.quotlife.skillquot.
- Kotler, P. (2002). Manajemen pemasaran (Jilid kedu). Prenhallindo.
- Moenir. (2008). Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. Bumi Aksara.
- Ruslan Rosady. (2001). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi (konsepsi dan aplikasi)*. Raja Grafindo Persada.



STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA

Angga Ranggana Putra, S.A.B., M.B.A Universitas Pertamina

A. PENDAHULUAN

Wirausaha menciptakan barang dan jasa, sementara manajer menentukan keunggulan bersaing dari barang dan jasa tersebut (Hitt, et.al, 2002). Penciptaan produk yang memenuhi permintaan pasar dan atau menciptakan produk untuk akhirnya diminati pasar, itulah tugas dari seorang wirausaha. Di era globalisasi saat ini, dimana pertukaran informasi terjadi begitu cepat tanpa mengenal ruang dan waktu membuat persaingan bisnis semakin tinggi. Kecepatan dalam membaca peluang sangat diperlukan agar usaha yang dijalankan terus mengalami perkembangan, atau paling tidak, tetap bertahan dalam lingkungan bisnis. Pengetahuan strategi pengembangan usaha sangat diperlukan oleh semua pengusaha, tanpa melihat seberapa besar ukuran perusahaannya atau jenis industrinya. Menerapkan strategi pengembangan usaha diperlukan agar proses pengambilan keputusan menjadi lebih sistematis dengan didukung oleh data dan informasi yang benar. Sebab kalau keputusan diambil berdasarkan informasi yang salah, dapat mempengaruhi keberlangsungan perusahaan dimasa yang akan datang.

Buku dan Jurnal Ilmiah

- Ansoff, H. I. (1968) Corporate Strategy, Pelican, Harmondsworth.
- Ansoff H.I., Kipley D., Lewis A.O., Helm-Stevens R., Ansoff R. (2019)
 Strategic Dimensions of Internationalization. In: Implanting Strategic
 Management. Palgrave Macmillan, Cham.
 https://doi.org/10.1007/978-3-319-99599-1_14
- Bracker. J. (1980). The Historical Development of Strategic Management Concept. Academy of Management Review, 5(2), 219–224.
- Durmazi. Y., Ilham. A. (2015). Growth Strategies in Business and A Theoritical Approach. International Journal of Business and Management, 10(4), 210–214. doi:10.5539/ijbm.v10n4p210
- Hitt. A.M., Ireland. D.R., Camp. M.S., Sexton. L.D. (2002). Strategic Entrepreneurship, Creating New MindsetStrategic Management Society
- Hitt. A.M., Ireland. D.R., Camp. M.S., Sexton. L.D. (2002). Strategic Entrepreneurship, Creating New MindsetStrategic Management Society
- Ireland, D. R., Hoskisson, E. R., Hitt, A. M. (2013). The Management of Strategy Concepts and Cases, 10th Edition. South-Western. Cengage Learning.
- Johnson, G., Langley, A., Melin, L., Whittington, R. (2007). Strategy As Practice.
- Kartajaya, H. (2000). Kumpulan Artikel: Positioning Diferensiasi dan Brand. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Mintzberg, H. Ahlstrand, B., Lampel, J. (1998). Strategy Safari. A Guided Tour Through The Wilds of Strategic Management. The Free Press. New York.
- Numfor. N.V., Ajang. E.P. (2007). An Assessment of Market Growth Strategies in a Multinational Company- The Case of Komatsu Forest AB (Unpublished master's thesis). Umeå School of Business, Sweden.

Porter. M.E. (1980). Competitive Strategy, Techniques for Analyzing Industries and Competitors. The Free Press. New York.

Stephen, Robbins (2018), Management. Pearson. New York.

Artikel Internet:

- Bank Grameen. (2020, February 16). In Wikipedia. https://id.wikipedia.org/wiki/Bank Grameen
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (n.d.). Strategi. In kbbi.web.id dictionary. Retrieved February 19, 2021, from https://kbbi.web.id/strategi
- Oktaviani, Z. (2020, January 28). Ini Strategi Jenius Khalid bin Walid dalam Memenangi Perang. Retrieved from https://www.republika.co.id/berita/q4sv0e430/ini-strategi-jenius-khalid-bin-walid-dalam-memenangi-perang
- Kataria, K. (2019, July 21). Cost Leadership Definition, Examples, & Strategies. Retrieved from https://www.feedough.com/cost-leadership-definition-examples-strategies/
- Pertempuran Yarmuk, (2020, February 16). In Wikipedia. https://id.wikipedia.org/wiki/Pertempuran_Yarmuk
- Riadi, M. (2020, August 05). Strategi Diferensiasi (Pengertian, Aspek, Syarat, Jenis dan Tahapan). Retrieved from https://www.kajianpustaka.com/2020/08/strategi-diferensiasi.html
- Sulmaihati, F. (2019, June 24). Strategi Efisiensi Airasia di Balik Harga Tiket Pesawat Murah. Retrieved from https://katadata.co.id/ekarina/berita/5e9a51839435a/strategiefisiensi-airasia-di-balik-harga-tiket-murah
- Unknown. (2021, February 2021). Strategi Fokus Perusahaan Menurut Michael Porter. Retreived from https://www.terketik.com/2019/04/strategi-fokus-perusahaan-porter.html

KEWIRAUSAHAAN DIGITAL

Gusti Putu Eka Kusuma, S.E., M.M Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma

A. PENDAHULUAN

Kewirausahaan itu sendiri di Indonesia mulai dikenal masyarakat secara umum sejak Suparman Sumahamidjaya mempopulerkan istilah wiraswasta. Sejak saat itu mulailah istilah wiraswasta dimuat di berbagai media masa, seperti surat kabar, majalah, dalam siaran radio, dan televisi, bahkan pada perkembangan selanjutnya berbagai ceramah dan seminar kursus-kursus, ceramah dan seminar, serta kursus-kursus serta diselenggarakan untuk merangsang minat dan perhatian masyarakat terhadap pengembangan kewirausahaan di tanah air. Kewirausahaan sejatinya merupakan salah satu faktor yang dapat merangsang peningkatan perekonomian Indonesia karena memiliki beberapa alasan, dapat meningkatkan produktivitas masyarakat, menggairahkan roda perekonomian nasional, mengembangkan kreativitas dan kemampuan masyarakat, masyarakat tidak bergantung kepada pemerintah, dan juga dapat meningkatkan devisa dan menarik investor negara asing untuk menanamkan modalnya di Indonesia, apabila kewirausahaan berjalan dengan lancar. Jumlah wirausaha di Indonesia pada saat ini masih menunjukkan presentase yang sangat kecil, yaitu belum mencapai 2%. bahwa saat ini Indonesia baru memiliki 1.65%

- Davidson, E. and Vaast, E. (2010), "Digital entrepreneurship and its sociomaterial enactment", Proceedings of the 43rd Hawaii International Conference on System Sciences, pp. 1-10.
- Farani, A. Y., Karimi, S., & Motaghed, M. (2017). The role of entrepreneurial knowledge as a competence in shaping Iranian students' career intentions to start a new digital business. *European Journal of Training and Development*, 41 No. 1: 83-100
- Guthrie, C. (2014), "The digital factory: a hands-on learning projectdigital entrepreneurship", Journal of Entrepreneurship Education, Vol. 17 No. 1, pp. 115-133.
- Hair, N., Wetsch, L., Hull, C., Perotti, V. and Hung, Y.-T. (2012), "Market orientati on digital entrepreneurship: advantages and challengesa web 2.0 networked world", International Journal of Innovation and Technology Management, Vol. 9 No. 6, pp. 1-17.
- Hendro. 2011. Dasar-dasar Kewirausahaan. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Kasali, R. (2017). *Disruption: tak ada yang tak bisa diubah sebelum dihadapi motivasi saja tidak cukup*. Jakarta, Indonesia: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Muslimin. 2010. Pengantar Kewirausahaan. Makassar : Alauddi Press Musnanini, dkk. 2020. Digipreneurship; Purwokerto, CV. Pena Persada

WOMEN AND HOME ENTREPRENEURSHIP

Dr. Abdul Mutolib, S.P Universitas Siliwangi

A. PENDAHULUAN

Krisis tahun 1998 dan 2008 yang melanda Indonesia dan Dunia menjadi gambaran bahwa ekonomi global sangat rentan terhadap resesi ekonomi Permasalahan disuatu ekonomi. negara berpotensi mempengaruhi ekonomi negara lain seperti krisis Yunani yang mempengaruhi Uni Eropa dan dunia. Sebagai negara berkembang dengan jumlah penduduk lebih dari 250 juta Indonesia juga tidak bebas dari ancaman krisis global. Meskipun demikian, pengalaman krisis 1998 dan 2008 telah menjadi bukti bahwa Indonesia mampu menghadapi krisis dengan segala potensi ekonomi yang dimiliki. Salah satu sektor yang mampu bertahan dalam krisis adalah Sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Oleh karena itu pemerintah perlu mendorong pertumbuhan UMKM dan Wirausahawan di era 5.0.

Dalam beberapa riset jumlah pengusaha atau entrepreneur di Indonesia sangat tertinggal. Padahal jumlah entrepreneur sangat berpengaruh pada kemajuan dan geliat ekonomi suatu negara. Di Kawasan Asia Tenggara (ASEAN), rasio kewirausahaan Indonesia baru sekitar 3,47 persen. Angka ini tergolong rendah apabila dibandingkan dengan sesama negara ASEAN seperti Singapura yang mencapai 8,76

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, N., & Saputro, E.P. (2017). Model Sukses Faktor Wirausaha Wanita. *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 11 (2): 188-198.
- Aimasari, N., & Ghina, A. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Memotivasi Wanita Untuk Menjadi Wirausaha (Studi Pengusaha Wanita UMKM Di Kota Bandung 2015). *e-Proceeding of Management*, 2(3): 2795-2799.
- Arisngatiasih dan Muktiali, M. (2015). Pola Pemanfaatan Ruang pada Usaha Berbasis Rumah (UBR) di Klaster Batik Jenggot Kota Pekalongan. *Jurnal Wilayah dan Lingkungan*, 3(3), 175-188.
- Bosma, N., Wennekers. S. & Amorós, J.E. (2011). Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees Across the Globe. London (GB): Global Entrepreneurship Research Association
- BPS [Badan Pusat Statistik]. (2021). Hasil Sensus Penduduk 2020. Berita Resmi Statistik No. 07/01/Th. XXIV, 21 Januari 2021. [Diakses : 25 April 2021).
- Buttner, E. H. (1993). "Female Entrepreneurs: How Far Have They Come?" *Business Horizons*, 36 (2): 59-65.
- Cohen, S. & Hoberman, H. (1983). Positive Events and Social Supports as Buffers of Life Change Stress. *Journal of Applied Social Psychology*, 13, 99-125.
- Daryanto, A. (2010). Peran Kewirausahaan dan Modal Sosial dalam peningkatan Dayasaing Agro-Food Complex. Di dalam: Baga L M, Fariyanti A, Jahroh S, editor. Kewirausahaan dan Daya saing Agribisnis. Bogor (ID): IPB Press.
- DeMartino, R. & Barbato, R. (2003), "Differences between women and men MBA entrepreneurs: exploring family flexibility and wealth creation as career motivators", *Journal of Business Venturing*, 18 (6): 815-32.

- Diahsari, E.Y., Sumantri, A., Harding, D., & Sulastiana, M. (2015). *Memaknai Keberhasilan Usaha: Studi pada Perempuan Pengusaha di Yogyakarta*. Psychology Forum UMM, ISBN: 978-979-796-324-8. 110-115.
- Durán-Encalada, J.A., Martin-Reyna, J.M., & Montiel-Campos, H. (2012).

 A Research Proposal to Examine Entrepreneurship in Fa milyBusiness. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 8 (3): 58-77.
- Hirschi, A., & Fischer, S. (2013). Work Values as Predictors of Entrepreneurial Career Intentions. *Career Development International*, 18 (3):216-231.
- Iswanto, Y., Hadzig, M.F., Mardoni, Y., Sunarsih, N., Helmiatin, Kusuma, A.B., Wahyu, T.P., Ayuni, D., Mulyana, A., Lestari, E.P., Basir, M.A., Ginting, G., Ismulyaty, S., Meilani, A., Hadiwidjaja, R.D., Hartati, N., Susila, A.R., & Hamdani, M. (2017) *Kewirausahaan dalam Multi Prespektif.* Universitas Terbuka, Tangerang Selatan. ISBN 978-602-392-156-0
- Jamali, D. (2009). Constraints and Opportunities Facing Women Entrepreneurs in Developing Countries: A relational perspective. Gender in Management: *An International Journal*, 24(4): 232-251.
- Katadata.co.id. (2020). Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta. Downloaded from: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta [Diakses 26 April 2021).
- Mutolib, A., Yonariza, Y., Mahdi, M., & Ismono, H. (2016). Gender Inequality and the Oppression ofWomen within Minangkabau Matrilineal Society: A Case Study of the Management of Ulayat Forest Land in Nagari Bonjol, Dharmasraya District, West Sumatra Province, Indonesia. *Asian women*, 32 (3), 23–49.
- Ningrum, M., Latifah, A.I., Pawaka, A.F., & Husna, A.N. (2020). Motivasi Wirausaha Wanita: Studi Literatur Sistematis. *The 11th University Research Colloquium 2020.* Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta. 105-110

- Perwej, A. (2012). The Women Adoption in OwnedBusinesses and Entrepreneurship in India. *International Journal of Emerging Trends &Technology in Computer Science (IJETTCS)*, 1 (4), 56-61.
- Primadhita, Y., Primatami, A., & Budiningsih, S. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi perempuan berwirausaha online. *Jurnal Pengambangan Wiraswasta*, 21 (02), 81-90.
- Priminingtyas, D.N. (2010). Peran Perempuan dalam pengembangan sektor UMKM [tesis]. Malang (ID): Universitas Brawijaya Malang.
- Pristiana, U., Kusumaningtyas, A., & Mujanah, S. (2009). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Wanita Berwirausaha di Surabaya. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 9 No. 1: 52-65.
- Ramli, A., Poespowidjojo, D.A.L., & Shakir, K.A. (2016). Mengenal bisnis berbasis rumah dan profil pengusahanya. Jurnal Kajian Manajemen Bisnis, 5 (1), 1-21.
- Relawati. 2011. *Pemberdayaan Perempuan Pembangunan Indonesia*. Jakarta.
- Sari, S., Priatna, W.B, & Burhanuddin. (2015). Pengaruh aktivitas wanita wirausaha terhadap pertumbuhan usaha olahan kentang di Kabupaten Kerinci, Jambi. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 3(1), 39-54.
- Steinhoff, D. & Burgess, J.F. (1993). *Small Business Management Fundamentals*. New York-USA. McGraw-Hill, Inc.
- Syahardi, A., Baga, L.M., & Winandi, R. (2017). Faktor-faktor yang Memengaruhi Kinerja Usaha Wanita Wirausaha pada Industri Makanan Ringan di Provinsi Sumatera Barat. *Forum Agribisnis*, 7(2): 155-168.
- Tambunan, T. (2009). Women Entrepreneurship in Asian Developing Countries: Their Development and Main Constraints. *Journal of Development and Agricultural Economics*, 1(2), 27-40.
- Tipple, A. G. & Kellett, P. W. (2000). The home as workplace: A study of income generating activities within the domestic setting. *Environment and Urbanization*, 11(2), 203-214.
- Walker, E. (2000). An emprical study of measures of success in micro business. Paper presented at the International Councill for Small Business Conference, Brisbane, Queensland.

- Wehrell, R., & Fullerton, G. (1996). Competitive advantage and disadvantage in home based business. Paper presented at the Southwestern Small Business Institute Association Conference, Dallas, Texas.
- Wibisono, I. (2013). Tingkat dan jenis perubahan fisik ruang dalam pada rumah produktif (UBR) perajin tempe Kampung Sanan, Malang. *Jurnal RUAS*, 11(1), 75-88.
- Wursanto. (2005). Dasar-Dasar Ilmu organisasi. Yogyakarta. Andi Offset



MEMAHAMI ETIKA BISNIS DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL

Marlya Fatira AK, S.E., M.Si Politeknik Negeri Medan

A. PENDAHULUAN

Bisnis merupakan kegiatan yang mulia, yang dilakukan manusia untuk menjemput rizki Allah dimuka bumi. Dalam kegiatan bisnis banyak aktivitas yang terbentuk antara manusia satu dengan manusia lainnya. Melalui aktivitas bisnis akan terjalin komunikasi, hubungan timbal balik antara pihak-pihak yang berbisnis sehingga keberhasilan suatu usaha akan terukur dengan jelas. Dalam perjalanannya aktivitas bisnis perlu didasari suatu kesadaran pelakunya mengenai peran Allah sebagai Pemilik Alam semesta, Allah adalah pemilik mutlak bumi dengan segala isinya, sedangkan kepemilikan manusia bersifat relatif. Implikasinya menjadikan acuan dalam berbisnis perlu untuk mengikuti aturan dari Allah sebagai pemilik utama dengan mempedomani Al Quran dan Al Hadist, serta mengutamakan maslahah atau kebermanfaatan dari kegiatan bisnis tersebut serta menghindari mudharat (ketidakbaikan) dari bisnis tersebut. bisnis yang beretika ini selalu memperhatikan mengutamakan serangkaian nilai luhur yang bersumber dari hati nurani, empati dan norma. Sehingga pada akhirnya akan menghadirkan para

TUGAS DAN EVALUASI

- 1. Apa yang dimaksud dengan Bisnis yang beretika?
- 2. Dampak apa yang akan diterima bagi sebuah bisnis bila menerapkan prinsip etika bisnis yang baik?
- 3. Dampak apa yang akan diterima sebuah usaha bila terjadi pelanggaran etika bisnis?
- 4. Apa yang dimaksud dengan Tanggung jawab Sosial?
- 5. Bagaimana sebuah perusahaan memenuhi kewajiban Tanggung jawab Sosialnya?

DAFTAR PUSTAKA

- Durin, R. (2020). ARTI PENTING MENJALANKAN ETIKA DALAM BISNIS. *VALUTA*.
 - https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/view/5284
- Echdar, S. (2019). Business Ethics And Entrepreneurship: Etika Bisnis Dan Kewirausahaan. books.google.com. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=S7rODwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=etika+bisnis&ots=g2u5Buut5i&sig=uO1oDbD6S2 TlmpS1Bl7rhY1R4L8
- Maydiana, S., & Cahyono, H. (2020). ETIKA BISNIS ISLAM DALAM ERA BISNIS KOPI KEKINIAN (STUDI KASUS KEDAI KOPI DISKUUPI SURABAYA). ... dan Bisnis Islam. https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/353 55/0
- Muhayatsyah, A. (2020). Etika Bisnis Islam dalam Perspektif Pemikiran Al-Ghazali. *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian* https://ejurnal.iainlhokseumawe.ac.id/index.php/AT-TIJARAH/article/view/961
- Wasis, W. (2020). E ETIKA BISNIS PADA PT. BANK MANDIRI (PERSERO) TBK.

 Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi.

 https://dinastirev.org/JEMSI/article/download/128/97
- Wawo, A., & Amiruddin, A. (2020). CORPORTE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS DAN HUKUM ISLAM. *Jurnal Mirai Management*.

- https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/714
- Yahya, A. B. (2020). Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah SAW Sebagai Pedoman Berwirausaha. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi* http://journal.um
 - surabaya.ac.id/index.php/Mas/article/viewFile/4768/2897
- Zubair, M. K., Rusdi, M. A., & ... (2019). DINAMIKA PRAKTEK TANGGUNGJAWAB SOSIAL BANK SYARIAH (Studi Bank Muamalat Makassar). *BALANCA: Jurnal Ekonomi* https://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/balanca/article/view/1143
- Nasution, A. W., & Fatira AK, M. (2013). *Pengantar Perbankan Syariah untuk Profesional Muda*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Fatira AK, M. (2020). Akad Transaksi Syariah. In Syarifuddin, F. &. Arfah, I. Rahmawati, & dkk, *Ekonomi Syariah* (p. 274). Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Darmawan, Deny & Hapzi Ali, Prof. Dr, IR, H, MM, CMA, MPM, 2017; Artikel tentang Business Ethic & Good Governace, Etika Bisnis pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Jakarta. Tersedia: https://www.slideshare.net/DenyDermawan1/be-ggdenydermawan-prof-dr-hapzi-ali-cmaetika-bisnis-pada-pt-bank-mandiritbk-universitas-mercubuana-2017-word-84471562 diakses pada 24 maret 2020 pukul 16:36 wib Bertens, K, 2000, Pengantar Etika Bisnis, Yogyakarta, Kanisius. Hapzi Ali, Concepts and Theories of Business Ethics, Jakarta: Universitas Mercu Buana Jakarta Journal International "Business Ethics in the Greater China Region: Past, Present, and Future Research", Juelin Yin dan Ali Quasi, Crossmark, Published online: 30 May 2016 Springer Science+Business Media 2016. Dordrecht Vol. 150 pp.815-835 Tersedia: https://search.proguest.com/abicomplete/docview/2061754436/F2 A85A132C8D4CC9PQ/2?a ccountid=35002 diakses pada 23 maret 2020 pukul 14:21 wib Prihanto, Hendi, 2018, Etika Bisnis dan Profesi, Sebuah Pencarian, Depok, Rajawali Pers. Saputro, Ari, 2019, Journal Business Ethic dan Good Corporate Governance (GCG) pada PT. Bank Danamon Indonesia Tbk, Universitas Mercubuana, Jakarta. Vol. 1, pp 122-13

PROFIL PENULIS

Agus Alimuddin, S.E



Penulis lahir di Bumi Nabung, 13 Agustus 1996. Menempuh pendidikan S1 di Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (FEBI-IAIN) Metro sebagai mahasiswa jurusan Perbankan Syariah dan lulus pada tahun 2019. Pada tahun yang sama, penulis melanjutkan pendidikan S2 di Magister Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia (MIAI-UII)

konsentrasi Ekonomi Islam hingga saat ini. Pada saat menjadi mahasiswa MIAI-UII, penulis tergolong sebagai intelektual yang produktif dalam berbagai karya, diantaranya: Etika Produksi dalam Pandangan Magasid Syariah (Nizham Journal of Islamic Studies); Peran Uang dalam Produksi Telaah Economic Value of Time sebagai Penunjang Faktor Produksi (Adzkiya: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah); Peran Kepemimpinan dalam meningkatkan Etos Kerja Islam (Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah), Bentuk Akad-akad Bernama di Lembaga keuangan Syariah (Amal: Jurnal Ekonomi Syariah), Implementasi Wakaf Produktif Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Ecoplan: Journal of Economic and Development), COVID-19 And An Implementation Of Qawâ'id Fighiyyah In E-Commerce (Justicia Islamica: Jurnal Kajian Hukum dan Sosial), Ijma' Dalam Konteks Penetapan Hukum Pada Suatu Negara (Istinbath: Jurnal Hukum), BERDANSA DENGAN KEMATIAN: Narasi Survival, Solidaritas dan Kebijakan di Pandemi Covid-19 (Penerbit YPMIC), MANAJEMEN PERBANKAN (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis) (Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung), serta beberapa tulisan yang telah terbit di media massa.

Adih Supriadi, S.E., M.M



Penulis merupakan kelahiran Serang dan berdomisili di Serang-Banten. Pada tahun 2014 telah menyelesaikan studi S1 di Universitas Terbuka Jakarta dan pada tahun 2018 menyelesaikan Studi S2 Program Studi Magister Manajemen konsentrasi keuangan di Universitas Pamulang. Sejak tahun 2019 merupakan Dosen Tetap Prodi Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (UNTIRTA) Banten. Selain itu, penulis aktif dalam kegiatan pemberdayaan ekonomi masyarakat dan merupakan pengurus pada lembaga pengembangan bisnis ABDSI (Association Business Development Services Indonesia) Wilayah Provinsi Banten sebagai Ketua I bidang pengembangan organisasi dan kelembagaan, Periode 2017 - 2020 dan Periode 2020 - 2023.

Ujang Enas, M.Si



Penulis lahir di Kota Tasikmalaya tepatnya pada tanggal 6 Desember 1977, merupakan anak sulung dari lima bersaudara. Setelah tamat dari SDN Tugu III Tasikmalaya tahun 1990, melanjutkan pendidikan ke Madrasah Tsanawiyah (MTs) Sambong Jaya Tasikmalaya dan tamat tahun 1990, lalu melanjutkan ke SMAN 2 Tasikmalaya (Jurusan Fisika-A1) dan tamat

tahun 1996. Pendidikan S1 Administrasi Publik di tempuh di STIA YPPT Tasikmalaya dan tamat tahun 2006, pendidikan S2 Administrasi Publik pada sekolah yang sama, menjadi lulusan terbaik angkatan IX dan lulus pada tahun 2018. Saat ini bekerja di STIKes Bakti Tunas Husada Tasikmalaya sebagai Kepala Bagian Kemahasiswaan (tahun 2019-sekarang) dan menjadi Auditor Internal Kampus STIKes BTH (tahun 2018-sekarang), sebelumnya pernah menjabat sebagai Kepala Bagian Sumber Daya Manusia tahun 2017 s.d. 2019, Ketua Unit Pelaksana Teknis BTH Student House (UPT BSH) tahun 2016 s.d 2017, dan Kepala Bagian Sarana Prasarana tahun 2014 s.d. 2016. Selain jabatan struktural, penulis pernah mengajar di STIKes Muhammadiyah Ciamis sebagai Dosen Luar Biasa dari tahun 2009 s.d. tahun 2010, dan pernah menulis beberapa buku diantaranya : Manajemen Sumber Daya Manusia : Sebuah Strategi, Perencanaan, dan Pengembangan (2020) dan Komunikasi Organisasi (2021). Tumbuh dan berkembang di lingkungan home industri alas kaki (sandal), menyebabkan nalurinya muncul secara alami untuk mampu membuat sandal pada usia yang relatif masih kecil, mampu menjalankan mesin jahit ketika duduk di bangku kelas 4 (empat) SD dan sudah terbiasa membantu orang tua sepulang sekolah. Sejak duduk di bangku Madrasah Tsanawiyah (MTs) sudah terbiasa bekerja sendiri di home industri (Simpaty Sandal dan Munixa Sandal) untuk mencari uang saku dan membantu biaya sekolah, selain itu penulis pernah bekerja didunia bisnis tepatnya di PT. Nam Buana Persada sebuah perusahaan distributor PT. Unilever Indonesia dibagian pemasaran tahun 1998.

Fauzan Aziz, S.M.B., M.B.A



Penulis dilahirkan di Bandung, 23 Januari 1990. Pendidikan Sarjana ditempuhnya di Program Studi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Telkom University pada tahun 2007 dan Pendidikan Magister ditempuhnya di Magister Administrasi Bisnis, Institut Teknologi Bandung pada tahun 2012. Sejak tahun 2015 sampai sekarang ia sudah berkarier

menjadi dosen dan pada tahun 2020 berkarier di Program Studi S1 Administrasi Bisnis, Telkom University. Fokus penelitian yang diminati dengan topik manajemen dan administrasi bisnis.

Komang Trisna Sari Dewi, S.E., M.M.



Penulis beralamat di Banjar Dinas Kalibukbuk, Desa Kalibukbuk Kecamatan Buleleng Kabupaten Buleleng, Bali. Lahir di Denpasar, pada tanggal 27 April 1993, putri ketiga dari pasangan Ketut Marsa Wijaya (alm) dan Dra. Ni Luh Suparmini. Menyelesaikan pendidikan Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Pendidikan Ganesha pada

tahun 2015 dan menyelesaikan pendidikan kuliah Pascasarjana Magister Manajemen, di Universitas W.R. Supratman Surabaya pada tahun 2017. Saat ini menjadi Dosen Tetap Yayasan Ratyni Gorda di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma.

Dr. Ir. Nikmatul Khoiriyah, MP



Penulis adalah staf pengajar pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang, Jawa Timur, Indonesia. Ia menyelesaikan studi S1 di Jurusan Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya pada tahun 1989, studi S2 Ekonomi Pertanian di Pascasarjana UB pada tahun 2000 dan menyelesaikan pendidikan Doktor di Program Ilmu

Pertanian, Fakultas Pertanian UB pada tahun 2019 dengan topik disertasi "Pola Konsumsi dan Harga Pangan Hewani serta Pengaruhnya terhadap Permintaan, Kesejahteraan dan Kemiskinan di Indonesia". Penulis mengampu Perilaku Konsumen, Evaluasi Proyek, *Leadership* dan Ekonometrika. Ia juga tertarik dengan penelitian dengan topik perilaku konsumen (*consumers behaviuor*).

Kristina Sisilia, S.T., M.B.A



Penulis adalah seorang dosen dan peneliti di Universitas Telkom. Sebelumnya, beliau pernah bekerja sebagai *Marketing Planning* dan *Marketing Analyst* di beberapa perusahaan multinasional di Indonesia. Beliau adalah seorang sarjana Teknik Geologi, lulusan dari Institut Teknologi Bandung. Setelah itu melanjutkan jenjang pendidikannya di program

Magister Administrasi Bisnis di institusi yang sama. Saat ini, beliau aktif meneliti di bidang *distribution* channel, perintisan inkubator bisnis, pemodelan proses bisnis dan kewirausahaan.

Farah Putri Wenang Lusianingrum, S.Pd., M.Sc



Penulis lahir di Kabupaten Kulon Progo Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta pada 28 Januari 1992. Tahun 2014 telah berhasil lulus sebagai Sarjana Pendidikan Administrasi Perkantoran Universitas di Negeri tahun 2017 berhasil Yogyakarta. Selanjutnya, memperoleh gelar Master of Science (M.Sc.) dari prodi S2 Manajemen Universitas Gadjah Mada. Karier professional Farah, dimulai sebagai dosen Personality Development dan Manajemen Sumber Daya Manusia di Program Studi D4 Manajemen Transportasi Udara Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta tahun 2018-2019. Selanjutnya, tahun 2019-sekarang aktif sebagai dosen tetap di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa untuk mengampu mata kuliah Praktikum Perencanaan Pemasaran, Manajemen Pembelian Produk, Etika Bisnis, Risiko Pasar, Penulisan Tugas Akhir, Praktikum Penjualan, dan Praktikum Perencanaan Bisnis. Artikel ilmiah yang pernah diterbitkan meliputi Prediktor dan Luaran Kesetiaan Merek Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia; Pengaruh Keterikatan Kerja dan Dukungan Rekan Kerja terhadap Kinerja Tugas; dan Faktor Penentu Keputusan Mengikuti Pelatihan Daring pada Wanita Pemilik Kartu Prakerja.

Titus Kristanto, S.Kom., M.Kom



Penulis merupakan dosen tetap program studi Rekayasa Perangkat Lunak (RPL) di Institut Teknologi Telkom Surabaya (ITTS). Penulis dilahirkan di Kota Surabaya tanggal 10 Februari 1986. Penulis awal sekolah di SDN Tandes Lor I/109 Surabaya, lalu di SMPN 33 Surabaya, dilanjutkan di SMA Ta'miriyah Surabaya. Pendidikan tinggi awal mula ditempuh pada

Program Diploma 1 Sistem Informasi Universitas Airlangga, lanjut kuliah Diploma 3 Sistem Informasi Universitas Airlangga. Pendidikan S1 ditempuh pada Teknik Informatika Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dilanjutkan kuliah S2 di Teknik Informatika (Bidang Minat : Sistem Informasi) Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Bidang keahlian penulis adalah Sistem Informasi dan Teknik Informatika. Saat ini penulis sudah menghasilkan 4 book chapter yaitu : Manajemen sumber daya manusia : urgensi, trend dan ruang lingkup; Etika bisnis; Pengantar teknologi informasi; Sabda cinta : persembahan DPD ADRI Jawa Timur untuk khasanah tridharma di masa pandemi

Rudy Irwansyah, S.P., M.M



Penulis adalah Alumni pada Program Pasca Sarjana (S2) Universitas Mercu Buana (UMB) Jakarta pada tahun 2008. Lulus Pendidikan Sarjana (S1) di Fakultas Pertanian (2004), Institut Pertanian Bogor (IPB), Jawa Barat. Memulai karier mengajar sejak duduk di bangku kuliah sebagai asisten dosen untuk beberapa mata kuliah. Sejak tahun 2005, bidang ritel pada jaringan

ritel supermarket nasional. Kini, sejak 2010 ia memulai menjadi staf pengajar (dosen) Fakultas Ekonomi STIE Muhammadiyah Asahan dan juga di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma di kota Medan, Sumatera Utara. Aktif di beberapa organisasi profesi, sebagai media pertukaran informasi dan juga pengembangan jaringan kerja sama.

Angga Ranggana Putra, S.A.B., M.B.A



Penulis lahir di Rangkasbitung pada 22-Desember-1990. Penulis menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Telkom dan S2 di Institut Teknologi Bandung. Jurusan kedua jenjang studi adalah Administrasi Bisnis. Sejak tahun 2015, Penulis mengajar dan meneliti di Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Pertamina. Selain bertugas sebagai akademisi, Penulis menjabat pada

posisi struktural diantaranya; Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Pertamina (2016-2018), Ketua Laboratorium Pengembangan Bisnis dan Penelitian Ekonomi, Universitas Pertamina (2018-2020), Kepala Konsentrasi Bidang Pemasaran, Program Studi Manajemen, Universitas Pertamina (2016 sampai sekarang). Bidang pengajaran penulis selama menjadi pengajar adalah Pengantar Bisnis, Pengantar Manajemen, Berpikir Kritis, Pemecahan Masalah Secara Kreatif, Bisnis Internasional, Manajemen Pemasaran, Manajemen Penjualan, Manajemen Merk, Komunikasi Bisnis, dan Pemasaran Jasa. Area minat riset Penulis mencakup perilaku konsumen, *branding*, periklanan, pemasaran digital, dan pemasaran jasa.

Gusti Putu Eka Kusuma, S.E., M.M



Ketertarikan penulis terhadap ilmu pemasaran dimulai pada tahun 2013 silam. Saat ini penulis menjadi pengajar di STIE Satya Dharma Singaraja pada Program Studi Manajemen. Mendapat gelar Sarjana Ekonomi dari STIE Satya Dharma Singaraja pada tahun 2015. Pada tahun 2019 menyelesaikan program S-2 Magister Manajemen di Universitas Pendidikan Nasional

(UNDIKNAS). Penulis memiliki kepakaran dibidang manajemen pemasaran khususnya, penulis pun aktif sebagai peneliti dibidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga Kemenristek DIKTI. Email Penulis: ekakusuma700@gmail.com

Dr. Abdul Mutolib, S.P



Penulis lahir di Desa Enggalrejo Provinsi Lampung pada 1992 dan menyelesaikan pendidikan Sarjana pada Program Studi Agribisnis Universitas Lampung tahun 2013. Pendidikan Doktor (S3) diselesaikan pada tahun 2017 pada Program Doktor Ilmu Pertanian Universitas Andalas Padang melalui Program Magister Menuju Doktor Sarjana Unggul (PMDSU). Fokus penelitian

berkaitan dengan pembangunan pedesaan dan pertanian. Saat ini penulis bekerja sebagai dosen pada Program Studi Magister Agribisnis Program Pascasarjana Universitas Siliwangi.

Marlya Fatira AK, S.E., M.Si



Penulis adalah dosen di Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah di Perguruan Tinggi Vokasi: Politeknik Negeri Medan, sejak tahun 2002-sekarang. Pendidikannya S1-nya lulus tahun 2001 dari Fakultas Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Sumatera Utara, Pendidikan S2-nya lulus dari Program Pascasarjana Kajian Timur Tengah dan

Islam (PSTTI) Universitas Indonesia tahun 2010 dengan bidang keahlian

Ekonomi Keuangan Syariah dengan konsentrasi Perbankan Syariah. Perempuan kelahiran Langsa (Aceh Timur), 30 Oktober 1978 ini sejak tahun 2005 aktif mengajarkan matakuliah kompetensi keuangan dan perbankan syariah, beberapa matakuliah yang saat ini masih diampunya adalah Praktik Bank Syariah, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Operasional Bank Syariah, Kapita Selekta Bank Syariah, Manajemen Zakat Infaq dan Shadagah, Lab Bank Syariah 1 dan 2. Riwayat Jabatan yang dimilikinya adalah: saat ini sebagai Kepala Unit Jasa dan Produksi (UPT JASPRO) Politeknik Negeri Medan (2021-2023), Assesor Kompetensi Perbankan dan Keuangan di Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) Politeknik Negeri Medan tahun 2016-sekarang, Anggota Tim Penjaminan Mutu Politeknik Negeri Medan tahun 2010-2012, Kepala Program Studi Perbankan dan Keuangan Tahun 2012-2013, Ketua V Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) Wilayah SUMUT Bidang pengkajian, Pelatihan dan Kaderisasi tahun 2012-2014, Sekretaris Unit Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (UPPM) Politeknik Negeri Medan tahun 2016-2018, Sekretaris Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M) Politeknik Negeri Medan tahun 2018-2020, Bendahara II di Organisasi Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI) Wilayah SUMUT (2017-2022), Sekretaris Komisariat IAEI Politeknik Negeri Medan tahun 2017-2022, Editor Jurnal BILAL (Bisnis Ekonomi Halal), Editor Jurnal MADIYA (Masyarakat Mandiri Berkarya), Reviewer Internal Politeknik Negeri Medan bidang Penelitian, Reviewer Internal Politeknik Negeri Medan bidang Pengabdian kepada Masyarakat, Reviewer Jurnal Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi, terakreditasi Peringkat SINTA 4, Reviewer PKM (Program Kreativitas Mahasiswa) Politeknik Negeri Medan, Pendiri POLMED PRESS Pusat Penerbitan dan Publikasi Ilmiah Politeknik Negeri Medan, Tim Inti Akreditasi Program Studi Perbankan dan Keuangan (Raih Akreditasi A), Tim Inti Akreditasi Perguruan Tinggi, Tim Persiapan Kurikulum Kampus Merdeka untuk Politeknik Negeri Medan. Narasumber dalam berbagai kegiatan kemahasiswaan, penelitian dan pengabdian masyarakat. Aktif menulis buku, artikel pada berbagai jurnal nasional dan internasional untuk bidang ekonomi, keuangan dan perbankan syariah. Aktif melakukan Conference baik nasional maupun internasional. Mulai menulis buku tahun 2013 tentang Pengantar Perbankan Syariah untuk Profesional Muda, buku Ekonomi Syariah tahun

2020, Memahami Operasional Perbankan tahun 2020.	Bank	Syariah	tahun	2020,	dan	Manaj	emen
000 LK anima ah ang (Tani dan D							

KEWIRAUSAHAAN Teori dan Praktis

Wirausaha merupakan potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam mutu wirausaha tersebut. Saat ini, kita menghadapi kenyataan bahwa jumlah wirausahawan Indonesia masih sedikit dan mutunya belum sepenuhnya baik, sehingga persoalan pembangunan wirausaha Indonesia merupakan persoalan mendesak bagi suksesnya pembangunan.

Akan tetapi pada kenyataannya, kewirausahaan belumlah menjadi primadona sekaligus pilihan utama bagi sebagian masyarakat Indonesia. Banyak yang menjadi faktor penyebab rakyat Indonesia tidak termotivasi untuk terjun ke dunia bisnis, sehingga pada akhirnya Kita tertinggal jauh dari negara tetangga yang seakan-akan memiliki spesialisasi dalam profesi bisnis.

Banyak faktor psikologis yang membentuk sikap negatif masyarakat sehingga mereka kurang berminat terhadap profesi wirausaha, antara lain sifat agresif, ekspansif, suka bersaing, egois, tidak jujur, kikir, sumber penghasilan tidak stabil, kurang terhormat, pekerjaan rendah, dan sebagainya. Pandangan semacam ini dianut oleh sebagian besar penduduk yang tidak tertarik. Mereka tidak menginginkan anak-anaknya menerjuni bidang ini, dan berusaha mengalihkan perhatian anak-anaknya untuk menjadi pegawai negeri, apalagi jika anaknya sudah lulus perguruan tinggi. Mereka mengatakan, "Untuk apa sekolah tinggi, jika hanya menjadi pedagang." Pandangan ini sudah tertanam kuat di lubuk hati sebagian besar rakyat kita, sejak zaman penjajahan Belanda sampai beberapa dekade masa kemerdekaan.

Oleh karena itu, buku ini hadir sebagai upaya untuk membangun pemahaman yang konstruktif dan utuh terkait kewirausahaan, sehingga buku ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan sekaligus pencerahan bagi khalayak pembaca yang pada akhirnya mampu mendorong peningkatan minat masyarakat Indonesia terhadap kewirausahaan sekaligus mengejar ketertinggalan dari negara-negara lainnya di dunia.



