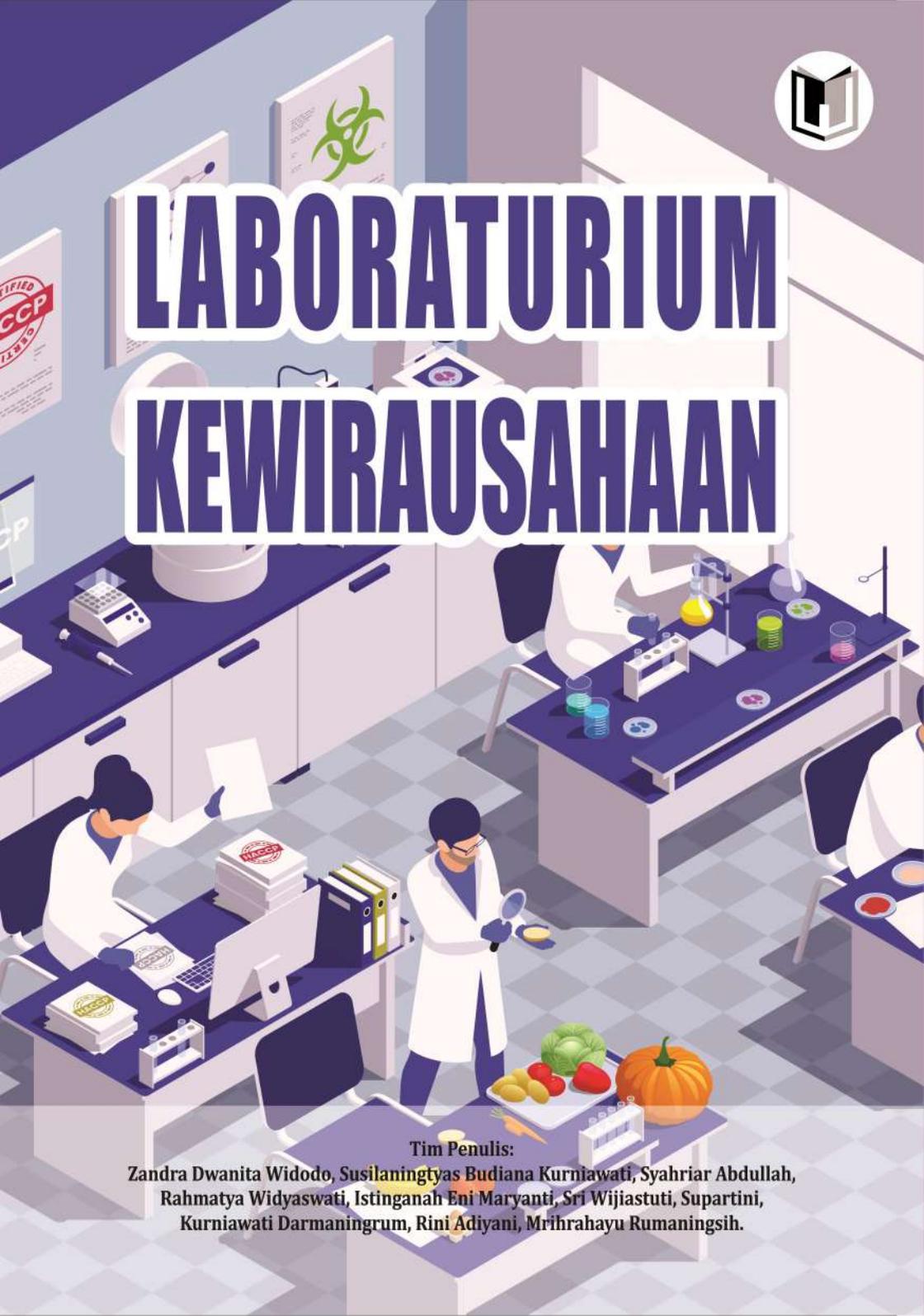




# LABORATORIUM KEWIRAUSAHAAN



**Tim Penulis:**

**Zandra Dwanita Widodo, Susilaningtyas Budiana Kurniawati, Syahriar Abdullah,  
Rahmatya Widyaswati, Istinganah Eni Maryanti, Sri Wijastuti, Supartini,  
Kurniawati Darmaningrum, Rini Adiyani, Mrihrahayu Rumaningsih.**

# LABORATORIUM KEWIRAUSAHAAN

Tim Penulis:

Zandra Dwanita Widodo, Susilaningtyas Budiana Kurniawati, Syahriar Abdullah,  
Rahmatya Widyaswati, Istinganah Eni Maryanti, Sri Wijastuti, Supartini,  
Kurniawati Darmaningrum, Rini Adiyani, Mrihrahayu Rumaningsih.



# LABORATORIUM KEWIRAUSAHAAN

Tim Penulis:

Zandra Dwanita Widodo, Susilaningtyas Budiana Kurniawati, Syahriar Abdullah,  
Rahmatya Widyaswati, Istinganah Eni Maryanti, Sri Wijiastuti, Supartini,  
Kurniawati Darmaningrum, Rini Adiyani, Mrihrahayu Rumaningsih.

Desain Cover:

**Septian Maulana**

Tata Letak:

**Handarini Rohana**

Editor:

**N. Rismawati**

ISBN:

**978-623-459-525-3**

Cetakan Pertama:

**Juni, 2023**

Hak Cipta 2023, Pada Penulis

---

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

**Copyright © 2023**

**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](http://www.penerbitwidina.com)

Instagram: @penerbitwidina

Telpon (022) 87355370

# 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 Laboraturium Kewirausahaan telah selesai di susun dan berhasil diterbitkan, semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih keilmuan dan penambah wawasan bagi siapa saja yang memiliki minat terhadap pembahasan Laboraturium Kewirausahaan.

Buku ini merupakan salah satu wujud perhatian penulis terhadap Laboraturium Kewirausahaan. Buku ini menyajikan tentang penguasaan dan pengkajian konsep wirausaha dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan. Buku ini membahas langkah demi langkah cara menjadi *entrepreneur* atau wirausaha, mulai dari membangun ide maupun gagasan bisnis, proses pengelolaan usaha, strategi pemasaran, pengelolaan keuangan. Buku ini mendorong pembaca untuk menjadi *Entrepreneur* atau seorang wirausaha dengan berpikir kreatif dan inovatif, karena inti dari kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*create new and different*) melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang dalam menghadapi tantangan.

Buku Kewirausahaan ini disusun guna memenuhi kebutuhan akan bahan ajar mata kuliah kewirausahaan. Buku ini disusun secara sistematis, sederhana dan praktis dengan maksud agar mempermudah pemahaman materi sehingga tujuan pembelajaran mampu dicapai. Dosen maupun mahasiswa nantinya dapat mengembangkan sendiri pengalaman belajar yang tepat namun tetap berpatokan pada materi dan tujuan pembelajaran yang ada. Materi buku Kewirausahaan ini berisi pokok-pokok kajian yang memberikan pemahaman tentang kewirausahaan lebih dalam lagi. Adapun materinya: 1) Ide Bisnis, 2) Proses Produksi, 3) Menghitung Modal Usaha (Biaya Investasi), 4) Perizinan Usaha, 5) Survei Pedagang Eceran Suatu Produk, 6) *Marketing* Produk, 7) Penyusunan Pembukuan untuk Usaha Baru,

8) Komponen Pemasaran, 9) Komunikasi Efektif, 10) Pengelolaan Manajemen Sumber Daya Alam.

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, 2023

**Tim Penulis**

# DAFTAR ISI

<b>PRAKATA</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>BAB 1 IDE BISNIS</b> .....	<b>1</b>
A. Pendahuluan.....	1
B. Pengertian Ide Bisnis .....	3
C. Gambaran Usaha .....	4
D. Visi Misi Tujuan Usaha .....	6
E. Besarnya Peluang Bisnis .....	7
F. Kebutuhan Dana .....	9
G. Penemuan Ide Bisnis .....	11
H. Penerapan Ide Bisnis .....	12
I. Rangkuman Materi .....	13
<b>BAB 2 PROSES PRODUKSI</b> .....	<b>19</b>
A. Pendahuluan.....	19
B. Pengertian Proses Produksi .....	20
C. Tujuan Suatu Proses Produksi .....	21
D. Tahapan Suatu Proses Produksi .....	22
E. Jenis Proses Produksi .....	23
F. Jenis-Jenis Proses Produksi .....	26
G. Sistem Proses Produksi.....	27
H. Pengendalian Proses Produksi.....	28
<b>BAB 3 MENGHITUNG MODAL USAHA (BIAYA INVESTASI)</b> .....	<b>33</b>
A. Pendahuluan.....	33
B. Rincian Pembahasan Materi.....	34
C. Rangkuman Materi .....	48
<b>BAB 4 PERIZINAN USAHA</b> .....	<b>53</b>
A. Pendahuluan.....	53
B. Definisi Industri.....	54
C. Dasar Hukum IUI.....	54
D. Manfaat Izin Usaha Industri .....	55
E. Klasifikasi Izin Usaha Industri.....	57
F. Kewenangan Pemberian IUI .....	57

G. Tata Cara Pemberian IUI.....	59
H. Perizinan Melalui OSS.....	60
I. Izin Usaha Dagang.....	60
J. Jenis SIUP.....	61
K. Manfaat SIUP.....	61
L. Persyaratan SIUP.....	62
M. Proses Pengurusan SIUP.....	62
N. Ketentuan Terbaru Izin Usaha.....	63
O. Rangkuman Materi.....	66
<b>BAB 5 SURVEI PEDAGANG ECERAN SUATU PRODUK .....</b>	<b>69</b>
A. Definisi.....	69
B. Survei Pasar.....	71
<b>BAB 6 <i>MARKETING</i> PRODUK.....</b>	<b>81</b>
A. Pendahuluan.....	81
B. Rincian Pembahasan Materi.....	82
C. Rangkuman Materi.....	97
<b>BAB 7 PENYUSUNAN PEMBUKUAN UNTUK USAHA BARU .....</b>	<b>101</b>
A. Pendahuluan.....	101
B. Rincian Pembahasan Materi.....	102
C. Rangkuman Materi.....	111
<b>BAB 8 KOMPONEN PEMASARAN .....</b>	<b>115</b>
A. Pendahuluan.....	115
B. Rincian Pembahasan Materi.....	116
C. Rangkuman Materi.....	128
<b>BAB 9 KOMUNIKASI EFEKTIF .....</b>	<b>131</b>
A. Pendahuluan.....	131
B. Rincian Pembahasan Materi.....	132
C. Rangkuman Materi.....	143
<b>BAB 10 PENGELOLAAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA .....</b>	<b>149</b>
A. Pendahuluan.....	149
B. Pengertian Sumber Daya Manusia.....	150
C. Pengelolaan Sumber Daya Manusia.....	151
D. Tujuan Sumber Daya Manusia.....	153
E. Fungsi Sumber Daya Manusia.....	153
F. Ruang Lingkup Sumber Daya Manusia.....	154

G. Prinsip-Prinsip Pengelolaan Sumber Daya Manusia .....	156
H. Komponen Sumber Daya Manusia .....	157
I. Rangkuman Materi .....	158
<b>GLOSARIUM .....</b>	<b>162</b>
<b>PROFIL PENULIS .....</b>	<b>166</b>



## IDE BISNIS

---

**Zandra Dwanita Widodo, S.Pd., S.E., M.M.  
Universitas Tunas Pembangunan Surakarta**

### **A. PENDAHULUAN**

Pada serangkaian proses usaha yang dijalankan maka perlu memperhatikan adanya peluang usaha yang ada, agar supaya, dapat menciptakan ide-ide bisnis. Ide bisnis biasanya muncul ketika seseorang melihat adanya peluang usaha yang ada dilapangan sehingga dapat menemukan ide bisnis yang dapat memberikan inovasi dan kreatif pada usaha yang dijalanannya. Pada umumnya ide bisnis ditemukan seseorang untuk menciptakan suatu usaha bisnis agar dapat mendapatkan keuntungan. Sehingga dalam menjalankan usahanya dapat menarik pelanggan dengan ide-ide yang dilakukan dalam pemasarannya. Ide bisnis yang layak adalah ide bisnis yang dikaitkan dengan peluang bisnis yang dianggap memiliki kemampuan individu atau kelompok tertentu untuk menyadari manfaat dari peluang bisnis tersebut. Visi dari ide bisnis adalah untuk menyajikan dan menjelaskan proses kewirausahaan, mulai dari saat ide tersebut terbentuk hingga bisnis tersebut diperkenalkan di pasar. Dengan diterapkannya ide bisnis yang sesuai dan terstruktur maka mendirikan suatu usaha dapat dilakukan dengan efektif dan efisien. Maka dengan menerapkan ide bisnis yang baik dapat membantu keberhasilan

## DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, C. A. (2020). *Visi Dan Misi Menurut Fred R . David Dalam Perspektif Pendidikan Islam*. 4(1), 70–87.
- Aswand, H. (2018). PERANAN ETIKA BISNIS DALAM PERUSAHAAN BISNIS. *Jurnal Warta*, 3, 1–13.
- Biduri, F. N., Ernawati, E. Y., Harun, Y., & Persada, U. D. (2020). Penyuluhan Peluang Bisnis Berwirausaha Di Masa New Normal. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat, 2020*, 1–12.
- Clarista, D. F., Farrelia, A. T., & Izzalqurny, T. R. (2022). *Kelayakan Usaha pada bisnis Startup Chocolava Clarista*. 2(2), 254–262.
- Junedi, J., & Arumsari, M. D. (2021). *Pengaruh Modal Usaha , Kualitas Produk , Jaringan Wirausaha Terhadap Kelangsungan Usaha UMKM Madu Sari Lanceng Pendahuluan*. 1(2), 175–184.
- Layyinaturrobianyah, & Muizu, W. O. Z. (2017). Pendampingan Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Di Desa Purwadadi Barat Dan Pasirbungur Kabupaten Subang. *Jurnal Pekbis*, 9(2), 91–103.
- Lubis, D. M. U. (2020). Pemahaman Mahasiswa Terhadap Ide Bisnis Dan Konsep Keuangan Dalam Pembelajaran Kewirausahaan. *Majalah Kulit Politeknik ATK Yogyakarta*, 19(2), 82–90. <http://www.e-jurnal.atk.ac.id/index.php/bptkspk/article/view/125%0Ahttp://www.e-jurnal.atk.ac.id/index.php/bptkspk/article/download/125/83>
- Marvianta, Y. A., Frederica, D., & Prasetyo, W. (2013). Arti Penting Kreativitas Terhadap Penciptaan Ide Bisnis Studi Kasus Pada Mahasiswa FE-Ukrida, Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 13(1), 1–10.
- Munizu, M. (2010). *Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil ( UMK ) di Sulawesi Selatan*.
- Pasaribu, L., & Liharman Saragih. (2020). Analisis Kelayakan Bisnis Cafe Pada Khalizta Coffee & Resto Kota Pematangsiantar. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 2(2), 148–158. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v2i2.363>

- Putri, A. Z., Pramudiati, N., Nusron, L. A., & Prasetyo, D. (2021). *MODERNISASI STRATEGI UMKM DEMI RESISTENSI USAHA DI MASA PANDEMI COVID-19*. 4(1), 58–66.
- Retno, I. S., & Lilis, A. (2017). Pengaruh Struktur Aktiva, Risiko Bisnis, Pertumbuhan Penjualan, Dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6.
- Sari, D. P. (2022). Utilization of NFT as a Business Opportunity in the Metaverse Era. *Champion's Familiar Journal*, 7(1), 237–245. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/29069>
- Sri, W. A. (2018). Analisis Visi , Misi dan Budaya Organisasi Pada PT. X. *Academia*.
- Srihadiastuti, R., & Hidayatullah, D. S. (2018). Analisis Penyebab Kegagalan Mendirikan Usaha Baru Pada Para Lulusan Program Wirausaha Baru Jawa Barat Kelas Ide Bisnis. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 6(1), 31. <https://doi.org/10.26740/jepk.v6n1.p31-44>
- Sunan, A. P., Hari, M., & Bambang, W. (2018). KETERAMPILAN WIRUSAHA UNTUK KEBERHASILAN USAHA. *Journal of Business Management Education*, 66(3), 37–39. [https://www.fairportlibrary.org/images/files/RenovationProject/Concept\\_cost\\_estimate\\_accepted\\_031914.pdf](https://www.fairportlibrary.org/images/files/RenovationProject/Concept_cost_estimate_accepted_031914.pdf)
- Suliyanto, 2010. Studi Kelayakan Bisnis. Yogyakarta: ANDI
- Syahidin, & Masri, R. (2022). *Prospek Pengembangan Usaha Alwa Kangen Water Di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah*. 4(1).
- Yuniarti, A. D. (2020). PENGARUH TANGIBILITY, PROFITABILITAS, GROWTH, RISIKO BISNIS DAN LIKUIDITAS TERHADAP KEBIJAKAN HUTANG. *Jurnal Akuntansi & Keuangan Daerah*, 15, 113–128.



## PROSES PRODUKSI

---

**Dr. Susilaningtyas Budiana Kurniawati, S.E., M.Si.**  
**Universitas Tunas Pembangunan Surakarta**

### **A. PENDAHULUAN**

Fokus pembahasan pada materi ini yaitu proses produksi di perusahaan baik skala besar maupun kecil yang menghasilkan produk baik barang maupun jasa. Hasil produk berupa barang harus dijaga kualitasnya dengan cara melakukan proses produksi secara ketat. Proses produksi tersebut melalui tahapan atau fase yang perlu diperhatikan secara serius dalam rangka menjaga kualitas agar barang yang dihasilkan sesuai harapan konsumen dan mencapai kepuasan pelanggan.

Proses produksi pada perusahaan dipengaruhi oleh faktor-faktor antara lain pemanfaatan teknologi secara tepat, seberapa banyak produk yang dapat dihasilkan, serta sumber daya manusia yang dilibatkan. Kerja sama tim dan sistem produksi yang baik diperlukan dalam setiap tahapan proses produksi. Hal tersebut diperlukan agar bisnis berjalan sesuai dengan harapan terutama dalam mencapai target yang ditetapkan. Sebelum semua hal tersebut dilaksanakan, perlu adanya perencanaan produksi yang tidak kalah pentingnya karena keputusan awal yang menentukan jenis barang/jasa yang hendak dihasilkan melalui proses produksi, barang yang berbeda akan memerlukan proses produksi yang berbeda pula.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari, Agus. 2002. *Manajemen Produksi Pengendalian Produksi: pengendalian biaya produksi, pengendalian kualitas pemeliharaan*. Yogyakarta: Penerbit BPFE Universitas Gadjah Mada.
- Assauri, Sofjan. 2008. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Gaspersz, Vincent. 2008. *Total Quality Management*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Haming Murdifin dan Nurnajamuddin Mahfud. 2017. *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Herlin Herawati dan Dewi Mulyani. 2016. *Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Pada Ud.Tahu Rosydi Puspian Maron Probolinggo*. ISBN 978-602-60569-2-4.
- Kurnia Azizah. 2022. *Pengertian Proses Produksi Lengkap dengan Jenis, Tahapan dan Karakteristiknya*.  
<https://www.merdeka.com/trending/pengertian-proses-produksi-lengkap-dengan-jenis-tahapan-dan-karakteristiknya.html>
- Setiawati, Fitria and , Drs. Djalal Fuadi, MM. (2014) *Analisis Pengendalian Proses Produksi Untuk Meningkatkan Kualitas Produk Pada Perusahaan PT. Batik Dan Liris Sukoharjo*. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Yamit, Zulian. 2005. *Manajemen kualitas Produk dan Jasa*, Edisi Pertama, Yogyakarta: Ekonisia, Kampus Fakultas Ekonomi UII.



## MENGHITUNG MODAL USAHA (BIAYA INVESTASI)

---

**Syahriar Abdullah, S.E., M.Si.**  
**Akuntansi FEB UTP**

### **A. PENDAHULUAN**

Modal Usaha ialah satu aspek yang menjadi satu kesatuan dalam seseorang menjalankan usahanya, tidak ada atau kurangnya modal akan berakibat tidak mampunya suatu usaha dalam menjalankan operasinya.

Pengertian Modal Usaha menurut para ahli:

1. Definisi Modal Dr. Mokijat

Moekijat menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan modal ialah semua yang dimiliki perusahaan, termasuk uang tunai, kredit, hak manufaktur dan penjualan dalam bentuk paten, berbagai mesin dan properti. Namun, secara umum, modal juga dinilai sebagai semua hak milik dalam aset, surplus, dan laba yang tidak dapat didistribusikan.

2. Pengertian Modal Menurut Arnold B. Bakker

Baker menjelaskan bahwa pengertian modal adalah berbagai barang berwujud dalam anggaran perusahaan, yang termasuk dalam bagian kewajiban neraca, atau menurut daya beli atau nilai tukar barang yang termasuk dalam bagian kredit neraca.

# DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, N. N. S. R. T., Adnantara, K. F., & Asana, G. H. S. (2017). Modal investasi awal dan persepsi risiko dalam keputusan berinvestasi. JIA (Jurnal Ilmiah Akuntansi), 2(2).
- Djunaidi, M., Alghofari, A. K., & Rahayu, D. A. (2006). Penilaian kualitas jasa pelayanan lembaga bimbingan belajar primagama berdasarkan preferensi konsumen. Jurnal Ilmiah Teknik Industri, 5(1), 25-32.
- Dyah Ayu Ratna Dwiningsih, 2020, "Perancangan Pabrik Benang Combed Ne1 50s 100% Cotton Dengan Kapasitas 60.000 Mata Pintal", Jurnal UII, Yogyakarta.
- Hadri Mulya, 2010, "Pendekatan teknis Siklus Akuntansi", Mitra Wacana Media, Jakarta  
<http://eprints.binadarma.ac.id/id/eprint/7509>  
<https://accurate.id/akuntansi/pengertian-modal/>  
<https://zahiraccounting.com/id/blog/cara-mudah-menghitung-modal-usaha/#1-menurut-andrew-mayo>
- Istiana, D., & Ariyati, I. (2017). Sistem Informasi Akuntansi Perusahaan Dagang Menggunakan Zahir Accounting Versi 5.1. INFORMATION MANAGEMENT FOR EDUCATORS AND PROFESSIONALS: Journal of Information Management, 2(1), 11-20.
- Kuangan, D. S. A. (2007). Standar Akuntansi Keuangan. Salemba Empat. Jakarta.
- Moekijat, D. (2003). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: Pionir Jaya.
- Noviyasari, C. (2011). Simulasi Sistem Perencanaan Dan Pengendalian Produksi Pada Perusahaan Manufaktur. Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA), 1(2).
- Nur, R., & Suyuti, M. A. (2017). Pengantar Sistem Manufaktur. Deepublish.
- Pruitt, S. W., & Gitman, L. J. (1991). The interactions between the investment, financing, and dividend decisions of major US firms. Financial review, 26(3), 409-430.
- PSAK No 16 tentang Aset Tetap

- Riyanto, B., & Siroj, R. A. (2011). Meningkatkan kemampuan penalaran dan prestasi matematika dengan pendekatan konstruktivisme pada siswa sekolah menengah atas. *Jurnal Pendidikan Matematika*, 5(2).
- Suharli, Michelle, 2006, *Akuntansi untuk Bisnis Jasa dan Dagang*, Edisi Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Warren, S. 2005. *Pengantar Akuntansi*. Edisi 21. Jakarta : Salemba Empat.



## PERIZINAN USAHA

---

**Rahmatya Widyaswati, S.E., M.M.**  
**Universitas Tunas Pembangunan Surakarta**

### **A. PENDAHULUAN**

Pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat dikatakan maju jika didukung oleh perkembangan industrinya. Industri yang terus tumbuh dan berkembang memberikan kontribusi bagi kemajuan dan kemakmuran negara. Industri menyumbang lebih dari 20 persen perekonomian Indonesia. Ini adalah kontribusi terbesar bagi perekonomian negara. Industri Indonesia saat ini tidak bisa dipandang sebelah mata karena Indonesia merupakan negara yang banyak menghasilkan produk-produk unggulan di dunia. Pembangunan industri tidak lepas dari peran pemerintah dalam mendukung pelaku industri. Salah satu dukungan pemerintah bagi pelaku usaha adalah memberikan kenyamanan dibidang perizinan usaha. Oleh karena itu, pemerintah saat ini memberikan kemudahan dalam pengurusan izin industri. Izin industri diperlukan bagi pengusaha agar perusahaan dapat beroperasi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

## DAFTAR PUSTAKA

<https://dpmptsp.bandungbaratkab.go.id/layanan/detail/manfaat-mengurus-ijin-usaha>

<https://sippn.menpan.go.id/pelayanan-publik/sulawesi-selatan/kabupaten-jenepono/surat-izin-usaha-perdagangan--siup->

<https://smesta.kemenkopukm.go.id/cara-mendapatkan-nomor-induk-berusaha-nib-di-oss-mudah-dan-gratis/>

Peraturan Pemerintah (PP) No.107 / 2015

Winardi,(2003) Teori Ekonomi Mikro, Bandung:Tarsito



## **SURVEI PEDAGANG ECERAN SUATU PRODUK**

---

**Istinganah Eni Maryanti, S.E., M.Si.**  
**Universitas Tunas Pembangunan Surakarta**

Penjualan suatu produk merupakan hal terpenting pada sebuah unit yang berorientasi pada keuntungan. Sebelum memproduksi barang (pada perusahaan manufaktur) telah membuat rencana jumlah unit yang diproduksi sesuai dengan kemampuan bagian pemasaran memprediksi penjualan barang. Untuk mengetahui seberapa besar produk yang dihasilkan diminati oleh pasar, biasanya unit usaha akan melakukan survei.

Bank Indonesia melakukan survei pedagang eceran (SPE) setiap bulan kepada sekitar 700 pedagang eceran di 10 Kota di Indonesia. Survei ini bertujuan untuk mengetahui sejak dini arah pergerakan pendapatan *domestic* bruto (PDB) dari sisi konsumsi.

### **A. DEFINISI**

Menurut Kotler, ritel atau perdagangan eceran meliputi semua kegiatan terkait dengan penjualan barang kepada konsumen akhir untuk memenuhi kebutuhan pribadi atau rumah tangga dan bukan untuk memenuhi kebutuhan bisnis.

## DAFTAR PUSTAKA

- \_\_\_\_\_, 2017, Pengertian dan Jenis-Jenis Pedagang eceran, <https://www.ilmu-ekonomi-id.com/2017/07/pengertian-dan-jenis-jenis-pedagang-eceran-retailer.html>
- \_\_\_\_\_, 2021, Pengertian pedagang eceran, mekanismen, tujuan fungsi dan jenisnya, <https://www.sosial79.com/2021/05/pengertian-pedagang-eceran-mekanisme.html>
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi kedua belas, PT. Indeks, Jakarta
- Kuncoro, M, 2003, Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi, Erlangga, Jakarta
- Levy, M., & Weitz, B. A, (2012), Retailing Management Information Center, New York: McGraw Hill Higher Education.
- Rudra, G., Siddique S.A., BhataCharaya R., 2018, A Review on New Research Methodology Adopted In the Field Of Retail Management, *IOSR Journal of Business and Management* Vol 20 No. 6 p 1-4
- Sudjana, (2005), Metode Statistika, Tarsito, Bandung



## **MARKETING PRODUK**

---

**Dra. Sri Wijastuti, M.M.**

**Universitas Tunas Pembangunan Surakarta**

### **A. PENDAHULUAN**

Pemasaran, atau yang lebih sering disebut sebagai *marketing*, memiliki tugas untuk mengenali dan memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. *The American Marketing Association* (AMA) mendefinisikan pemasaran sebagai fungsi organisasi dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Manajemen pemasaran merupakan ilmu dan seni untuk memilih pasar sasaran, menarik, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Konsep inti dalam pemasaran sendiri adalah ada dalam tiga hal ini, antara lain kebutuhan, keinginan, dan permintaan. Pemasar kemudian mengidentifikasi dan membuat profil dari berbagai kelompok pembeli yang berbeda, dimana pembeli mungkin akan lebih menyukai atau menginginkan bauran produk dan jasa yang beragam dengan meneliti perbedaan demografis dan perilaku diantara para pembeli.

# DAFTAR PUSTAKA

- Anderson dan Zeithaml. (1984) Stage Of The Product Life Cycle. Academy Of Management Journal
- Belch, George E., Belch, Michael A. (2009). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective. 8th Edition. New York: McGraw-Hill.
- Kotler, Keller. (2009). Manajemen Pemasaran 1. Edisi ketigabelas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2003). Marketing Management. 11th ed. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, Philip. (2007). Manajemen Pemasaran, Jilid Satu. Terjemahan, Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Lamb, Hair, McDaniel. (2001). Pemasaran. Buku -1. PT. Salemba Empat Raya, Jakarta.
- Lovelock, C and Wirtz, J. (2004). "Services Marketing", Fifth Edition, Prentice Hall, New Jersey
- Lovelock, C dan Lauren K. Wright. (2007). Manajemen Pemasaran Jasa, Alih bahasa Agus Widyantoro, Cetakan Kedua, Jakarta; PT. INDEKS.
- Lupiyoadi, R dan Hamdani, A. (2006). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Rona Indonesia ["Penerapan Analisis SWOT dalam Perusahaan"](#). Rona Indonesia 2019-11-10. Diakses tanggal 2020-10-31. [ronaindonesia.com](http://ronaindonesia.com)



# PENYUSUNAN PEMBUKUAN UNTUK USAHA BARU

---

**Supartini, S.E., M.Si.**  
**Fakultas Ekonomi UTP Surakarta**

## **A. PENDAHULUAN**

### **1. Apa Itu UMKM?**

**UMKM** merupakan usaha yang dimiliki orang, bisa memberikan hasil, baik dalam membeli barang dan langsung menjual barang tersebut ataupun membeli barang kemudian diolah dan baru menjual barang tersebut.

### **2. Pengertian Usaha Dagang**

Usaha dagang adalah usaha yang bergerak dalam membeli barang kemudian menjualnya kembali tanpa ada pengolahan atau perubahan wujud dari barang tersebut. Kegiatan usaha dagang adalah membeli, menyimpan lalu menjual kembali barang dagangan. Dalam usaha dagang, untuk barang tanpa ada perubahan wujud dari barang tersebut atau nilai tambah yang mengakibatkan harga lebih tinggi. Contoh dari usaha dagang adalah toko buku dan alat tulis, toko kelontong, toko sembako, *mini market* dll.

## DAFTAR PUSTAKA

- Effendi. Mas ud. 2020. Modul Akuntansi dan Keuangan UMKM.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2009. Standar Akuntansi Keuangan untuk Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik
- Jusuf. Al Haryono. 2011. Dasar-dasar Akuntansi, Jilid 1, STIE Universitas Gajah Mada
- Undang-undang Republik Indonesia tentang Usaha Kecil, Mikro dan Menengah



# KOMPONEN PEMASARAN

---

**Kurniawati Darmaningrum, S.E., M.M.**  
**Universitas Tunas Pembangunan Surakarta**

## **A. PENDAHULUAN**

Pemasaran adalah salah satu faktor kunci dalam keberhasilan bisnis apa pun, jadi penting untuk memperhatikan manajemen pemasaran juga. Pada dasarnya manajemen pemasaran adalah proses menganalisis, merencanakan, melaksanakan, memantau dan mengarahkan kegiatan pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Salah satu tugas utama manajemen pemasaran adalah memasarkan produk bisnis untuk menghasilkan laba jangka panjang untuk memastikan kelangsungan hidup, perkembangan, dan pertumbuhan.

*Marketing mix* atau bauran pemasaran merupakan istilah dalam dunia bisnis, khususnya dalam bidang pemasaran. Konsep ini juga sering digunakan sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Bauran pemasaran adalah jenis strategi pemasaran yang menggabungkan beberapa komponen menjadi satu kesatuan. Semua komponen yang termasuk dalam bauran pemasaran biasanya merupakan hal yang harus diperhatikan oleh setiap pengusaha. Menerapkan strategi pemasaran yang matang pasti akan mempengaruhi keberhasilan usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assael, H. (2005). *Customer Behavior and Marketing Action*. Boston: Wadsworth Inc.
- Bloom, P.N dan Boone, L.N. (2006) *Strategi Pemasaran Produk* Jakarta: PT. Prestasi Pustakaraya.
- Borden, N. H. (1964) 'The concept of the marketing mix', *Journal of advertising research*, 4(2), pp. 2–7.
- Dev, C. S., & Schultz, D. E. (2005). *Get Results With The New Marketing Mix*. New York: American Marketing Association.
- Ferdinand, A. (2002). *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategik*. Semarang: Research Paper Series. BP. UNDIP.
- Kotler, P. (2007). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall Inc Publishing.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc publishing as Prentice Hall.
- Lovelock, C, dan John Wirtz, 2011. "Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7". Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat, dan A. Hamdani. 2012. *Manajemen Pemasaran Jasa*, edisi 2. Salemba Empat: Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*, edisi 3. Salemba Empat: Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, edisi 3. CV Andi Offset: Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*, edisi 4. CV Andi Offset: Yogyakarta.



## KOMUNIKASI EFEKTIF

---

**Dr. Rini Adiyani, S.E., S.Sos., M.M., M.Pd.**  
**FEB Universitas Tunas Pembangunan Surakarta**

### **A. PENDAHULUAN**

Kunci keberhasilan dalam menjalin hubungan adalah dengan menjaga komunikasi yang efektif dan menjadi salah satu yang harus dilakukan. Tidak hanya saat bersama pasangan namun juga dengan rekan kerja atau keluarga. Komunikasi menjadi salah satu cara, ketika berusaha untuk memberikan respons kepada lawan bicara.

Komunikasi juga dibutuhkan dalam berinteraksi. Tidak hanya sekedar memberikan respons, melainkan Sejak kecil kita sudah diajarkan untuk berkomunikasi. Berkomunikasi tidak hanya sekedar kedua pihak saling berbicara, namun juga mampu mendengarkan . Ketika kedua pihak atau lebih mampu menyimak pernyataan seseorang dan memberikan respons, bisa dalam bentuk pertanyaan atau memberikan kritik atau saran, akan menunjukkan bahwa mereka setuju atau bertentangan juga merupakan Salah satu contoh komunikasi yang efisien. Mungkin akan dianggap bahwa menjalin komunikasi efektif tentunya mudah, sebab sebagai makhluk sosial sudah menjadi kebiasaan bagi kita untuk berkomunikasi dengan orang lain. Namun ternyata masih banyak kesalahan biasa dilakukan, dan perlu diperbaiki.

## DAFTAR PUSTAKA

- Deddy Mulyana, *“Komunikasi Efektif”*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008) hlm 77
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Joseph A. Devito, *“Komunikasi Antar Manusia”*, (Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group, 2011), hlm. 19
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.



# PENGELOLAAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

---

**Dra. Mrihrahayu Rumaningsih, M.M.**  
**Universitas Tunas Pembangunan Surakarta**

## **A. PENDAHULUAN**

Sumber daya manusia pada umumnya sangat diperlukan dalam menunjang keberhasilan dalam suatu perusahaan. Sehingga dalam hal penting ini dapat mencapai tujuan-tujuan perusahaan. pada awalnya yang dapat menunjang tercapainya suatu tujuan perusahaan tersebut yaitu sumber daya manusia. Maka dalam perusahaan perlu adanya pengembangan serta pengelolaan sumber daya yang baik agar para karyawan dapat memberikan kontribusi yang maksimal dengan mencapai suatu target produksi yang memberikan keuntungan untuk perusahaan. Maka dari itu adanya pengelolaan sumber daya manusia yang baik maka para pekerja dapat menyelesaikan Semua tugas diberikan sesuai dengan waktu yang diberikan. SDM Bisnis menjadi penggerak utama yang menciptakan sinergi dan integrasi dengan manajemen perusahaan untuk mengimplementasikan visi dan misi perusahaan secara efisien dan efektif. (Widodo *et al.*, 2021).

## DAFTAR PUSTAKA

- Bibhuti Bhusan Mahapatro, 2010, Human Resource management, New Delhi, New Age International (P) Ltd. Publishers, hal : 23 – 24
- Eri, S. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(2), 952–962. <https://doi.org/10.35673/ajmpi.v9i2.429>
- Goffar, A. (2020). *Islamic Akademika : Jurnal Pendidikan & Keislaman MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PERSPEKTIF ISLAM*. 7(1).
- Hanafi, M. (2020). *Manajemen sumber daya manusia smk bisnis dan manajemen di daerah istimewa yogyakarta*. 5(1), 31–44. <https://doi.org/10.17509/jpm.v4i2.18008>
- Hasibuan, Melayu. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Cetakan kesembilan. Bumi Aksara. Jakarta
- Hasibuan, SP Melayu. 2019. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara
- Hasriany, H. (2021). *PENGELOLAAN SUMBER DAYA MANUSIA*. 3(2), 6.
- Hidayat, M. C., & Syam, R. (2020). *Urgensitas perencanaan strategis dan pengelolaan sumber daya manusia madrasah era revolusi industri 4 . 0 Setelah perencanaan yaitu perencanaan yang mampu meramalkan kehidupan , dirumuskan , perencanaan tersebut harus ketahanan , dan kemajuan madrasah pad*. 4(1), 1–13.
- Muhamad, M. (2016). *PRINSIP SYARIAH DALAM MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA ( Studi atas Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia UMKM di Kudus )*. 10(2), 399–422.
- Ratonggi, S. (2017). *Prosiding Seminar Nasional Tahunan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan Tahun*.
- Rita, M., Khopipah, B. M., Afina, A. N., & Yumna, R. (2021). *Rita Mustopa , Mar ' ah Khopipah Barjah , Niqa Afina Ahsaina , dan Yumna Rais Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Abstrak Pelatihan dan pengembangan manajemen sumber daya manusia di masa pandemi Covid-19 SOSTECH , 2021 Rita Mustopa , Mar ' . 1, 166–175.*

- Sedarmayanti, Prof. Dr. Hj. 2016, M.Pd, APU, M.Pd, APU, 2016, Manajemen Sumber Daya Manusia, Bandung : PT. Refika Aditama
- Siregar, E. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Pendidikan Dan Pelatihan (Diklat) Dalam Upaya Pengembangan Sumber Daya Manusia (Sdm). *Jurnal Dinamika Pendidikan*, 11(2), 153. <https://doi.org/10.33541/jdp.v11i2.812>
- Utami, R., Ahmad Syarwani, & Eddy Syaiful. (2020). Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia. *Journal of Education Research*, 3(1), 226–236.
- Widodo, Z. D., Adiyani, R., & Katili, A. Y. (2021). Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Industri Kreatif Berbasis Sablon Dalam Peningkatan Produktifitas Karyawan Di Zee.Screenprinting. *Prosiding Seminar Nasional Dies Natalis 41 Utp Surakarta*, 1(01), 1–5. <https://doi.org/10.36728/semnasutp.v1i01.1>
- Wijastuti, S., Widodo, Z. D., & Darmaningrum, K. (2021). Pengelolaan Sumber Daya Manusia Pada Industri Kreatif Sablon ( Zee Screenprinting) Karanganyar Di Masa Pandemi Covid-19. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 8(1), 58–66. <https://doi.org/10.37606/publik.v8i1.171>

## **PROFIL PENULIS**

### **Zandra Dwanita Widodo, S.Pd., S.E., M.M.**



Penulis adalah dosen tetap di Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tunas Pembangunan Surakarta. Penulis mengajar di mata kuliah pengantar manajemen, kewirausahaan, aspek hukum dalam bisnis, manajemen perubahan perilaku organisasi, perekonomian Indonesia. Tidak hanya mengajar, penulis menjabat struktural sebagai Kepala Sub Unit PMB UTP 2022-2026. Penulis Alumni S2 MM Universitas Sebelas Maret, S1 Manajemen Universitas Tunas Pembangunan Surakarta, S1 Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi Universitas Sebelas Maret ini selain akademisi juga merupakan praktisi sekaligus pelaku usaha industri kreatif *brand manufacture* konveksi *Zee.Screenprinting*. Ketertarikan dan tridharma penulis berfokus pada Sumber Daya Manusia, Manajemen Olahraga, UMKM, Kewirausahaan, Ekonomi Kreatif. Saat ini penulis menulis dari 7 buku, dan aktif meneliti di bidangnya.

### **Dr. Susilaningtyas Budiana Kurniawati, S.E., M.Si.**



Penulis merupakan dosen di Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tunas Pembangunan. Saat ini sedang menempuh S3 Program Doktorat di bidang Akuntansi Sektor Publik. Penelitian dan buku terkait pengelolaan keuangan desa, BUMdes serta CSR pada UMKM serta kewirausahaan.

### **Syahriar Abdullah, S.E., M.Si.**



Penulis lahir di Tanjung Karang, Bandar Lampung pada tanggal 30 Agustus 1985. mengenyam pendidikan S1 dan S2 di prodi akuntansi FEB UNS serta memiliki sertifikasi sebagai pemeriksa BPK. Bekerja sebagai tenaga pengajar di FEB UTP dan tenaga ahli di perusahaan konsultan CV ADHA, KJA Sutaryo CA, KKP Akuntax serta *freelance* di KAP Ganung AB dan KAP Payamta.

### **Rahmatya Widwaswati, S.E., M.M.**



Penulis biasa dipanggil Rahma. Lahir di Semarang, pada tanggal 08 April 1985. Anak pertama dari dua bersaudara. Menyelesaikan pendidikan S1 Akuntansi di Universitas AKI Semarang dan S2 Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang. Pernah mengabdikan sebagai dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Semarang sampai dengan tahun 2021. Di awal tahun 2022 mulai mengabdikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tunas Pembangunan Surakarta sampai sekarang. Aktif dalam tri dharma perguruan tinggi, mengajar, penelitian dan pengabdian. Pernah lolos dalam penelitian dosen pemula dan juga Pengabdian kepada masyarakat DRPM Ristekdikti. Ini adalah karya pertama saya, semoga bermanfaat.

### **Istinganah Eni Maryanti, S.E., M.Si.**



Penulis merupakan lulusan Sarjana dari STIE Atma Bhakti Surakarta kemudian melanjutkan program Magister Akuntansi di Universitas Sebelas Maret Surakarta. Sejak tahun 2018 mengajar di program studi Akuntansi Universitas tunas Pembangunan Surakarta.

### **Dra. Sri Wijiastuti, M.M.**



Penulis lahir di Ponorogo, 8 Oktober 1964. Saat ini penulis aktif mengajar sebagai dosen Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tunas Pembangunan Surakarta. Penulis merupakan lulusan Sarjana S1 Manajemen dari Universitas Tunas Pembangunan Surakarta, kemudian melanjutkan studi Magister S2 dalam bidang Manajemen di Universitas Sebelas Maret Surakarta. Penulis berfokus mengajar dalam bidang Manajemen Keuangan dan sudah memiliki beberapa karya buku, antara lain: Manajemen Usaha Kecil dan Pengantar Akuntansi. Penulis saat ini menjabat

sebagai Dekan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Ketua Koperasi Yayasan Universitas Tunas Pembangunan Surakarta.

### **Supartini, S.E., M.Si.**



BNSP tahun 2022.

Penulis lahir di Karanganyar, tanggal 7 Oktober 1967. Lulusan S1 Universitas Muhammadiyah Surakarta tahun 1992. Lulus Magister Sains Universitas Diponegoro tahun 2007. Saat ini merupakan dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Akuntansi Universitas Tunas Pembangunan Surakarta. Penulis pernah mengikuti BIMTEK dan Uji Kompetensi Pendamping UMKM dari

### **Kurniawati Darmaningrum, S.E., M.M.**



Penulis merupakan anak dari pasangan Bapak Muhyi dan Ibu Katmiatun yang lahir di Pacitan, 21 Januari 1993. Penulis memulai karier profesional sebagai dosen pada tahun 2019. Saat ini penulis aktif mengajar sebagai dosen sekaligus pada S1 Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tunas Pembangunan Surakarta. Penulis merupakan lulusan S1 Program Studi Manajemen di Universitas Sebelas Maret Surakarta, kemudian menempuh S2 Program Studi Magister Manajemen di Universitas Sebelas Maret Surakarta dengan konsentrasi dibidang Manajemen Pemasaran. Penulis saat ini berfokus pada pengembangan pendidikan, penelitian, pengabdian masyarakat, dan pengembangan literasi dalam bidang *digital marketing* untuk UMKM dan Pariwisata.

**Dr. Rini Adiyani, S.E., S.Sos., M.M., M.Pd.**



Penulis adalah seorang dosen pada perguruan tinggi Universitas Tunas Pembangunan Surakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Juga di perguruan tinggi lainnya sebagai dosen tidak tetap pada Fakultas Dakwah Institut Islam Mabaul Ulum Surakarta, Fakultas Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Mulia Astuti Wonogiri. Penulis Bergelar Doktor dalam ilmu Ekonomi, lulus dari Universitas Airlangga Surabaya Program Pasca Sarjana tahun 2006. Penulis mengajar beberapa mata kuliah antara lain: Kewirausahaan, Bisnis Internasional, Manajemen Ekonomi Syariah, Manajemen Perubahan. Pernah menjadi Dosen Pembimbing Lapangan pada program Wira Usaha Merdeka Universitas Muhammadiyah Surakarta periode September 2022 sampai Desember 2022. Saat ini penulis mempunyai bidang usaha sebagai peternakan Kambing dengan nama Peternakan Mustafa Farm yang juga beberapa kali sebagai mitra kegiatan magang mahasiswa untuk mata kuliah Kewirausahaan. Penulis pernah menjadi orator Ilmiah pada acara wisuda sarjana ke 85 dan Dies Natalis ke 42 tahun akademik 2021/2022 dengan judul Pendidikan Kewirausahaan Perguruan Tinggi Berbasis Karakter di Era New Normal.

**Dra. Mrihrahayu Rumaningsih, M.M.**



Penulis saat ini mengabdikan sebagai dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tunas Pembangunan Surakarta sampai sekarang. Aktif dalam tri dharma perguruan tinggi, mengajar, penelitian dan pengabdian yang berfokus pada Sumber Daya Manusia. Tidak hanya mengajar, penulis menjabat struktural sebagai Wakil Dekan FEB UTP 2018-2022 selain akademisi juga merupakan praktisi.

# LABORATORIUM KEWIRAUSAHAAN

Buku ini menyajikan tentang penguasaan dan pengkajian konsep wirausaha dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan. Buku ini membahas langkah demi langkah cara menjadi *entrepreneur* atau wirausaha, mulai dari membangun ide maupun gagasan bisnis, proses pengelolaan usaha, strategi pemasaran, pengelolaan keuangan.

Buku ini mendorong pembaca untuk menjadi *Entrepreneur* atau seorang wirausaha dengan berpikir kreatif dan inovatif, karena inti dari kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*create new and different*) melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang dalam menghadapi tantangan.

Buku Kewirausahaan ini disusun guna memenuhi kebutuhan akan bahan ajar mata kuliah kewirausahaan. Buku ini disusun secara sistematis, sederhana dan praktis dengan maksud agar mempermudah pemahaman materi sehingga tujuan pembelajaran mampu dicapai. Dosen maupun mahasiswa nantinya dapat mengembangkan sendiri pengalaman belajar yang tepat namun tetap berpatokan pada materi dan tujuan pembelajaran yang ada. Materi buku Kewirausahaan ini berisi pokok-pokok kajian yang memberikan pemahaman tentang kewirausahaan lebih dalam lagi. Adapun materinya:

- 1) Ide Bisnis,
- 2) Proses Produksi,
- 3) Menghitung Modal Usaha (Biaya Investasi),
- 4) Perizinan Usaha,
- 5) Survei Pedagang Eceran Suatu Produk,
- 6) *Marketing* Produk,
- 7) Penyusunan Pembukuan untuk Usaha Baru,
- 8) Komponen Pemasaran,
- 9) Komunikasi Efektif,
- 10) Pengelolaan Manajemen Sumber Daya Alam.