



KEWIRAUSAHAAN

Tim Penulis:

Dedy Wahyudi, Teguh Wicaksono, Linda Reni Suriani Purba, January Rizki,
Endro Supriyanto, Ferdinandus Lidang Witi, Erry Kurniawati Widodo,
Setiani Kartika Wati, Christin Imelda Girsang, Hendra Halim.

KEWIRAUSAHAAN

Tim Penulis:

Dedy Wahyudi, Teguh Wicaksono, Linda Reni Suriani Purba, January Rizki,
Endro Supriyanto, Ferdinandus Lidang Witi, Erry Kurniawati Widodo,
Setiani Kartika Wati, Christin Imelda Girsang, Hendra Halim.



KEWIRAUSAHAAN

Tim Penulis:

Dedy Wahyudi, Teguh Wicaksono, Linda Reni Suriani Purba, January Rizki,
Endro Supriyanto, Ferdinandus Lidang Witi, Erry Kurniawati Widodo,
Setiani Kartika Wati, Christin Imelda Girsang, Hendra Halim.

Desain Cover:

Septian Maulana

Sumber Ilustrasi:

www.freepik.com

Tata Letak:

Handarini Rohana

Editor:

N. Rismawati

ISBN:

978-623-500-275-0

Cetakan Pertama:

Juli, 2024

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

by Penerbit Widina Media Utama

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

PENERBIT:

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](https://www.instagram.com/penerbitwidina)

Telepon (022) 87355370

PRAKATA

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

Buku ini merupakan salah satu wujud perhatian penulis terhadap Kewirausahaan. Istilah yang benar dari kata wiraswasta dan kewirausahaan berdasarkan kesepakatan sekarang ini yaitu menjadi kata kewirausahaan (*entrepreneurship*) dan wirausaha (*entrepreneur*). Pada saat ini kewirausahaan adalah suatu disiplin ilmu yang dapat diajarkan dan dipelajari, tidak seperti dahulu yang mana orang beranggapan bahwa kewirausahaan yaitu hasil praktik ditingkat lapangan yang mana tidak dapat diajarkan dan dipelajari serta bakat bawaan dari sejak lahir.

Kewirausahaan merupakan jiwa yang mempunyai keberanian untuk dapat memulai dari bawah. Bertahan dan berkembang lebih besar adalah hal yang sulit dibandingkan dengan memulai adalah hal yang mudah. Seorang wirausaha dituntut agar bisa menyelesaikan pada setiap permasalahan yang timbul. Seseorang yang dapat mengerahkan sumber daya adalah orang yang berani mendirikan usaha. Adanya ide, inovasi, tujuan, proses, pengendalian dan rancangan adalah upaya untuk memaksimalkan sumber daya. Mendirikan usaha perlu adanya pertimbangan yang baik, karena adanya risikonya dan bagi para pengusaha akan menjadi ancaman.

Manfaat dari kepemilikan usaha adalah Bebas dalam mengendalikan nasib sendiri, Mendapatkan pundi-pundi uang yang lebih banyak lagi, Bebas dalam melakukan perubahan, Wirausahawan akan memiliki rasa bangga yang tidak ternilai, Berkontribusi untuk Negara, Mempunyai peran aktif di Masyarakat, Mendapatkan keuntungan yang optimal, Kebebasan untuk mencapai potensi diri secara maksimal.

Peranan kewirausahaan didalam Pembangunan dan kehidupan ekonomi negara kita yaitu Meningkatkan Standar Kehidupan, Membuka lapangan pekerjaan, Penciptaan Kekayaan dan kemakmuran, Pengembangan Masyarakat, Teknologi Baru mempromosikan Efisiensi, Membangun Perekonomian Indonesia, Menambah pendapatan negara dan Menciptakan Perubahan Sosial

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.

Juli, 2024

Tim Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA	iii
DAFTAR ISI	v
BAB 1 DEFINISI DAN PERANAN KEWIRAUSAHAAN	1
A. Pendahuluan	2
B. Definisi Kewirausahaan	3
C. Manfaat dalam Berwirausaha	4
D. Karakter Kewirausahaan	6
E. Perbedaan antara Wirausaha dan Wiraswasta	7
F. Faktor-Faktor Penyebab Kegagalan dalam Berwirausaha	8
G. Peranan Kewirausahaan	9
H. Peranan Kewirausahaan dalam Memperdayakan Masyarakat	11
I. Rangkuman Materi	12
BAB 2 KARAKTERISTIK DAN KOMPETENSI WIRAUSAHA	15
A. Pendahuluan	16
B. Pengenalan Tentang Wirausaha	17
C. Karakteristik Wirausaha	19
D. Kompetensi Wirausaha dalam Manajemen Bisnis	22
E. Kompetensi Wirausaha dalam Komunikasi dan Hubungan Interpersonal	26
F. Kompetensi Wirausaha dalam Pemasaran dan Penjualan	29
G. Pengembangan Karakteristik dan Kompetensi Wirausaha	35
H. Contoh Wirausaha Sukses yang Memperlihatkan Karakteristik dan Kompetensi yang Dimiliki	42
I. Rangkuman Materi	44
BAB 3 ETIKA BISNIS DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL USAHA	51
A. Pengertian Etika Bisnis	52
B. Pengertian Teori Etika Bisnis Menurut Para Ahli	53
C. Teori Etika Bisnis	54
D. Prinsip Etika Bisnis	55
E. Tanggung Jawab Sosial	61
F. Rangkuman Materi	66

BAB 4 MENCARI GAGASAN USAHA	71
A. Pendahuluan.....	72
B. Pengertian Gagasan Usaha.....	73
C. Metode dalam Mencari Gagasan Usaha	75
D. Teknik Penjaringan Gagasan Usaha.....	79
E. Contoh Gagasan Usaha dari Berbagai Bidang	81
F. Rangkuman Materi	83
BAB 5 MEMULAI USAHA BARU	85
A. Pendahuluan.....	86
B. Berani Memulai Usaha	87
C. Membuka Peluang Baru	91
D. Mengatasi Ketakutan dan Ketidakpastian.....	94
E. Manfaat Memulai Sebuah Usaha	95
F. Hambatan dalam Memulai Usaha	99
G. Mengatasi Hambatan dalam Memulai Usaha Baru.....	100
H. Rangkuman Materi	102
BAB 6 BUSINESS PLAN	105
A. Pendahuluan	106
B. Definisi Rencana Bisnis	106
C. Mengapa Membuat Rencana Bisnis	107
D. Kerangka Rencana Bisnis	109
E. Rangkuman Materi	119
BAB 7 MARKETING PLAN	121
A. Pendahuluan	122
B. <i>Marketing Plan</i>	123
C. Rangkuman Materi	144
BAB 8 MANAJEMEN KEUANGAN DAN PEMBIAYAAN USAHA	147
A. Pendahuluan.....	148
B. Manajemen Keuangan.....	149
C. Pembiayaan	161
D. Rangkuman Materi	166
BAB 9 ORGANIZATION PLAN	171
A. Pendahuluan.....	172
B. Pengertian Perencanaan (<i>Plan</i>)	173
C. Perencanaan Organisasi	175

D. Struktur Organisasi	178
E. Rangkuman Materi	190
BAB 10 WIRUSAHA PEREMPUAN.....	193
A. Pendahuluan.....	194
B. Definisi Wirusaha Perempuan	195
C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirusaha Perempuan	195
D. Kategori dan Motivasi Wirusaha Perempuan.....	197
E. Karakteristik Perempuan Wirusaha.....	198
F. Tantangan Wirusaha Perempuan	200
G. Model Pendekatan Integratif Gender Terhadap Kewirusahaan.....	202
H. Contoh Sukses Wirusaha Perempuan.....	204
I. Tips Bagi Wirusaha Perempuan Pemula.....	204
J. Rangkuman Materi	206
BAB 11 TREN TEKNOLOGI KEWIRUSAHAAN	209
A. Pendahuluan	210
B. Ledakan Data Besar (<i>Big Data Explosion</i>).....	211
C. <i>Artificial Intelligence (AI)</i>	213
D. <i>Internet of Things (IoT)</i>	214
E. <i>Marketing Automation</i>	217
F. <i>Micro-Personalization</i>	219
G. <i>Shift from Ownership to Experience</i>	221
H. <i>Rise of a New Business Model</i>	222
I. Rangkuman Materi	224
GLOSARIUM	228
PROFIL PENULIS	235



KEWIRAUSAHAAN

BAB 1: DEFINISI DAN PERANAN KEWIRAUSAHAAN

Drs. Dedy Wahyudi, M.M

Universitas Sahid

BAB 1

DEFINISI DAN PERANAN KEWIRAUSAHAAN

A. PENDAHULUAN

Pada abad ke 18 di Inggris muncul pertama kalinya pandangan kewirausahaan, dengan ditandainya penemuan-penemuan baru berupa penemuan-penemuan mesin pemintal benang dan mesin uap yang menandakan munculnya pandangan kewirausahaan tersebut. Pada saat itu wirausaha bertujuan untuk melakukan ekspansi dan berkembang pada organisasi yang dimilikinya, dan bukan berorientasi pada keuntungan tetapi lebih fokus pada nilai kerja.

Istilah wiraswasta dan kewirausahaan dilihat dari terminologi sejak dahulu sudah dikenal.

Istilah yang benar dari kata wiraswasta dan kewirausahaan berdasarkan kesepakatan sekarang ini yaitu menjadi kata kewirausahaan (*entrepreneurship*) dan wirausaha (*entrepreneur*). Pada saat ini kewirausahaan adalah suatu disiplin ilmu yang dapat diajarkan dan dipelajari, tidak seperti dahulu yang mana orang beranggapan bahwa kewirausahaan yaitu hasil praktik ditingkat lapangan yang mana tidak dapat diajarkan dan dipelajari serta bakat bawaan dari sejak lahir.

Kewirausahaan merupakan jiwa yang mempunyai keberanian untuk dapat memulai dari bawah. Bertahan dan berkembang lebih besar adalah hal yang sulit dibandingkan dengan memulai adalah hal yang mudah. Seorang wirausaha dituntut agar bisa menyelesaikan pada setiap permasalahan yang timbul. Seseorang yang dapat mengerahkan sumber daya adalah orang yang berani mendirikan usaha. Adanya ide, inovasi,

TUGAS DAN EVALUASI

1. Jelaskan pengertian atau definisi dari Kewirausahaan
2. Sebutkan dan jelaskan manfaat yang paling utama dari berwirausaha
3. Mengapa seorang wirausaha harus memiliki atau mempunyai karakter
4. Sebutkan dan jelaskan karakter yang harus dimiliki seorang wirausaha untuk dapat mencapai menjadi seorang wirausaha yang sukses
5. Jelaskan perbedaan antara wirausaha dan wiraswasta
6. Sebutkan dan jelaskan faktor-faktor yang menyebabkan kegagalan dalam berwirausaha
7. Jelaskan peranan kewirausahaan didalam Pembangunan dan kehidupan ekonomi negara kita.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Musyadar (2019). Kewirausahaan, Edisi 3, Tangerang. Universitas Terbuka
- Alma, B. (2013). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Hendro. (2011). Dasar-dasar Kewirausahaan. Bandung. PT. Penerbit Erlangga
- Robetmi Jumpakita Pinem. (2019). Buku Ajar Kewirausahaan. Lembaga Pengembangan Penjaminan mutu Pendidikan Universitas Diponegoro, Semarang.



KEWIRAUSAHAAN

BAB 2: KARAKTERISTIK DAN KOMPETENSI WIRAUSAHA

Teguh Wicaksono, S.Kom., M.M

Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin

BAB 2

KARAKTERISTIK DAN KOMPETENSI WIRAUSAHA

A. PENDAHULUAN

Wirausaha merupakan salah satu pilar utama dalam menggerakkan roda perekonomian di berbagai belahan dunia. Keberadaan wirausaha tidak hanya menciptakan lapangan kerja baru tetapi juga menghasilkan inovasi yang membawa dampak positif bagi masyarakat dan ekonomi secara luas. Namun, menjadi seorang wirausaha bukanlah hal yang mudah. Di balik kesuksesan wirausaha terdapat serangkaian karakteristik dan kompetensi yang mendasar yang membedakan mereka dari individu lainnya.

Karakteristik dan kompetensi wirausaha menjadi fokus perhatian dalam berbagai penelitian dan kajian akademis. Berbagai studi telah mengungkapkan bahwa karakteristik seperti kreativitas, keberanian, ketekunan, serta kompetensi dalam manajemen bisnis, komunikasi, dan pemasaran merupakan faktor kunci yang memengaruhi kesuksesan seorang wirausaha (Neck *et al.*, 2023; Paat & Sirine, 2023). Memahami dengan mendalam mengenai karakteristik dan kompetensi ini dapat memberikan wawasan berharga bagi yang tertarik untuk menjalani karier sebagai wirausaha, serta bagi para pelaku bisnis yang ingin meningkatkan kinerja dan kesuksesan usaha.

Dalam buku ini, akan mengeksplorasi beragam karakteristik dan kompetensi yang menjadi ciri khas seorang wirausaha sukses, serta memberikan pandangan mendalam tentang bagaimana karakteristik dan kompetensi tersebut dapat dikembangkan dan diperkuat. Melalui

4. Bagaimana kemampuan komunikasi verbal dan *non-verbal* berperan dalam membangun hubungan yang kuat dalam konteks bisnis, dan mengapa keterampilan dalam negosiasi dan persuasi menjadi penting bagi seorang wirausaha dalam mencapai kesuksesan?
5. Bagaimana pemahaman pasar dan segmentasi dapat memengaruhi strategi pemasaran sebuah bisnis, dan mengapa keterampilan dalam pengembangan merek menjadi faktor penting dalam membangun identitas bisnis yang kuat di pasar yang kompetitif?
6. Bagaimana investasi dalam pelatihan dan pendidikan membantu seorang wirausaha untuk memperkuat tim kerja, meningkatkan retensi karyawan, dan menghasilkan keunggulan bersaing dalam pasar yang kompetitif?

DAFTAR PUSTAKA

- Alvarado-Karste, D., & Guzmán, F. (2020). The effect of brand identity-cognitive style fit and social influence on consumer-based brand equity. *Journal of Product & Brand Management*, 29(7), 971–984.
- Armstrong, G. (2009). *Marketing: an introduction*. Pearson education.
- Bailey, C., Mankin, D., Kelliher, C., & Garavan, T. (2018). *Strategic human resource management*. Oxford university press.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2013). *Fundamentals of financial management*. South-Western Cengage Learning.
- Cortez, R. M., Clarke, A. H., & Freytag, P. V. (2021). B2B market segmentation: A systematic review and research agenda. *Journal of Business Research*, 126, 415–428.
- Daspit, J. J., Fox, C. J., & Findley, S. K. (2023). Entrepreneurial mindset: An integrated definition, a review of current insights, and directions for future research. *Journal of Small Business Management*, 61(1), 12–44.

- Duckworth, A. L., Peterson, C., Matthews, M. D., & Kelly, D. R. (2007). Grit: perseverance and passion for long-term goals. *Journal of Personality and Social Psychology*, *92*(6), 1087.
- Eby, L. T., & Robertson, M. M. (2020). The psychology of workplace mentoring relationships. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, *7*, 75–100.
- Edmondson, V. C., Zebal, M. A., Jackson, F. H., Bhuiyan, M. A., & Crumbly, J. (2024). The promise of entrepreneurship ecosystems: a conceptual model for black American entrepreneurs. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, *26*(2), 388–414.
- Frese, M., & Gielnik, M. M. (2023). The psychology of entrepreneurship: action and process. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, *10*, 137–164.
- Galvao, A. R., Mascarenhas, C., Marques, C. S. E., Braga, V., & Ferreira, M. (2020). Mentoring entrepreneurship in a rural territory—A qualitative exploration of an entrepreneurship program for rural areas. *Journal of Rural Studies*, *78*, 314–324.
- Hanuun, N. N. P., Negara, M. R. P., & Aripin, Z. (2023). ENTREPRENEURIAL EMPOWERMENT IN CREATING SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN DEVELOPING COUNTRIES: TO WHAT EXTENT DO THEY STRENGTHEN AND CONTRIBUTE TO EACH OTHER? *Journal of Jabar Economic Society Networking Forum*, *1*(1), 54–63.
- Hidalgo, G., Monticelli, J. M., & Vargas Bortolaso, I. (2024). Social capital as a driver of social entrepreneurship. *Journal of Social Entrepreneurship*, *15*(1), 182–205.
- Jehanzeb, K., & Bashir, N. A. (2013). Training and development program and its benefits to employee and organization: A conceptual study. *European Journal of Business and Management*, *5*(2).
- Lazar, M., Miron-Spektor, E., Agarwal, R., Erez, M., Goldfarb, B., & Chen, G. (2020). Entrepreneurial team formation. *Academy of Management Annals*, *14*(1), 29–59.
- Liu, Z., Venkatesh, S., Murphy, S. E., & Riggio, R. E. (2021). Leader development across the lifespan: A dynamic experiences-grounded approach. *The Leadership Quarterly*, *32*(5), 101382.

- Luthans, F., Avey, J. B., Avolio, B. J., Norman, S. M., & Combs, G. M. (2006). Psychological capital development: toward a micro-intervention. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 27(3), 387–393.
- Mingione, M., & Abratt, R. (2020). Building a corporate brand in the digital age: imperatives for transforming born-digital startups into successful corporate brands. *Journal of Marketing Management*, 36(11–12), 981–1008.
- Mintzberg, H. (1975). The manager's job: Folklore and fact. *Harvard Business Review*, 53(4).
- Mintzberg, H., & Waters, J. A. (1985). Of strategies, deliberate and emergent. *Strategic Management Journal*, 6(3), 257–272.
- Mokbel Al Koliby, I. S., Abdullah, H. H., & Mohd Suki, N. (2024). Linking entrepreneurial competencies, innovation and sustainable performance of manufacturing SMEs. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 16(1), 21–40.
- Neck, H. M., Neck, C. P., & Murray, E. L. (2023). *Entrepreneurship: The practice and mindset*. Sage publications.
- Olson, E. M., Olson, K. M., Czaplewski, A. J., & Key, T. M. (2021). Business strategy and the management of digital marketing. *Business Horizons*, 64(2), 285–293.
- Paat, R. A. A., & Sirine, H. (2023). Entrepreneurial Characteristics, Motivation and Skills as Supporting Business Success. *Jurnal Serambi Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 38–52.
- Pedersen, S. (2020). Staging negotiation spaces: A co-design framework. *Design Studies*, 68, 58–81.
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353–385.

- Rodriguez, J., & Walters, K. (2017). The importance of training and development in employee performance and evaluation. *World Wide Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 3(10), 206–212.
- Schrage, K. M., Maxwell, J. A., Impett, E. A., Keltner, D., & MacDonald, G. (2020). Effects of verbal and nonverbal communication of affection on avoidantly attached partners' emotions and message receptiveness. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 46(11), 1567–1580.
- Shane, S. A. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. Edward Elgar Publishing.
- Tidd, J., & Bessant, J. R. (2020). *Managing innovation: integrating technological, market and organizational change*. John Wiley & Sons.
- Urbano, D., Audretsch, D., Aparicio, S., & Noguera, M. (2020). Does entrepreneurial activity matter for economic growth in developing countries? The role of the institutional environment. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3), 1065–1099.
- Wry, T., York, J. G., & Waldron, T. L. (2023). The purpose and potential of entrepreneurship research. *Strategic Organization*, 21(2), 429–446.
- Zhou, J., Wang, X. M., Song, L. J., & Wu, J. (2017). Is it new? Personal and contextual influences on perceptions of novelty and creativity. *Journal of Applied Psychology*, 102(2), 180.



KEWIRAUSAHAAN

BAB 3: ETIKA BISNIS DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL USAHA

Linda Reni Suriani Purba, S.P., M.M.A

Universitas Simalungun (USI) Pematangsiantar

BAB 3

ETIKA BISNIS DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL USAHA

A. PENGERTIAN ETIKA BISNIS

Dengan menjalankan bisnis *stockholder*, memastikan hubungan yang terjalin di antaranya selalu baik. Solusi dari masalah tersebut dapat menerapkan prinsip etika bisnis dalam pertanian.

Etika bisnis merupakan sesuatu pedoman bagi pertanian dalam mengambil keputusan. Dengan terjaganya hubungan baik antara pertanian dan *stockholder* melalui implementasi prinsip etika, potensi usaha untuk berkembang juga semakin terjamin. Etika ini merupakan sistem ungkapan-ungkapan yang menyangkut perilaku, perbuatan dan sikap manusia terhadap peristiwa-peristiwa yang dianggap penting dalam hidupnya. (Aripin & Negara, 2021) Sedangkan tanggung jawab sosial berarti manajemen mempertimbangkan dampak sosial dan ekonomi di dalam pembuatan keputusannya. Tanggung jawab sosial pertanian ini merupakan salah satu tugas yang harus dilakukan oleh para manajer pertanian untuk tujuan jangka panjang.

Etika harus dipahami sebagai filsafat yang berurusan dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip moral. Etika berusaha untuk membantu orang bertindak bebas dan bertanggung jawab. Karena setiap tindakan selalu merupakan hasil dari keputusan bebas individu. ada alasan yang jelas atas tindakannya (Keraf & Imam, 1998)

Dapat juga dikatakan etika bisnis adalah hubungan antara berbagai pihak yang terlibat dalam kegiatan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Andjarwati, A. L., & Budiadi, S. (2008). Etika Bisnis dan Perilaku Etis Manajer Pengaruhnya terhadap Tanggung Jawab Perusahaan pada Lingkungan Sosial. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 1(1), 1–13.
- Aripin, Z., & Negara, M. R. P. (2021). *Perilaku bisnis: etika bisnis & perilaku konsumen*. Deepublish.
- Bertens, K. (2020). *Etika Profesi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Dalimunthe, R. F. (2004). *Etika Bisnis*.
- Durin, R. (2020). Arti Penting Menjalankan Etika Dalam Bisnis. *VALUTA*, 6(1), 32–40.
- Keraf, S., & Imam, R. H. (1998). Etika Bisnis. *Yogyakarta: Kanisius*.
- Rahimaji, A. (2019). Etika bisnis pada PT XYZ. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(2), 146–152.
- Sudarmanto, E., Heriyani, N., Batubara, H. D. A., Prasetya, A. B., Fajrillah, F., Purba, B., Manullang, S. O., Permadi, L. A., Tojiri, M. Y., & Dewi, I. K. (2020). *Etika Bisnis*. Yayasan Kita Menulis.
- SUMARNI, L. (n.d.). *Komunikasi Organisasi Berbasis Case Method and Project Based*.
- Suryadharma, S. I. M., Triyani Budyastuti, S. E., & Ak, M. (2019). *Sistem Informasi Manajemen*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Susanthi, P. R. (2017). Analisis lingkungan internal dan eksternal dalam mencapai tujuan perusahaan (Studi kasus STIE Galileo Batam). *Jurnal Elektronik*, 1(1), 30–42.
- Yosephus. (2012). *No Title. penerapan moral diidang ekonomi*. Andi.



KEWIRAUSAHAAN

BAB 4: MENCARI GAGASAN USAHA

BAB 4

MENCARI GAGASAN USAHA

A. PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai mencari gagasan usaha dalam berwirausaha. Gagasan usaha adalah suatu ide yang digunakan untuk mewujudkan suatu pemikiran yang baru dan kemudian diterapkan dengan suatu tindakan. Seorang *entrepreneur* tidak cukup mengandalkan kreativitas dalam pembuatan produk saja, tetapi juga harus memiliki strategi untuk membangun usaha. Salah satu hal penentu keberhasilan usaha yaitu mampu melihat peluang dan memiliki ide-ide untuk membangun usahanya. Lahirnya ide tersebut berasal dari seorang wirausaha dan merupakan awal dari suatu inovasi. Wirausaha yang memiliki kemampuan menuangkan gagasan kreatif dan inovatif dalam berwirausaha merupakan salah satu kunci kesuksesan dalam usaha. Gagasan atau ide terkadang tidak mudah diperoleh. Ide gagasan muncul dengan cara menggali informasi dan pandai membaca peluang yang memungkinkan dalam membangun satu usaha baru.

Mencari gagasan usaha hal utama yang diperlukan adalah kerja otak, maksudnya adalah yang digali saat mencari ide bisnis adalah cara berpikir bukan tenaga yang digunakan untuk mencarinya. Kita memerlukan kepandaian dalam membaca peluang usaha, mengamati kondisi sekitar, berpikir kreatif untuk menentukan suatu usaha yang mungkin banyak diminati oleh para konsumen (Geulanggang, 2018). Pada dasarnya jika ingin memulai usaha harus memilih usaha berdasarkan karakter, bakat, dan keterampilan pelaku usaha. Tujuannya yaitu agar usaha yang kita

4. Bagaimana mencari gagasan usaha dan metode yang digunakannya?
5. Menurut saudara, gagasan usaha apa yang bisa dikembangkan di wilayah tempat saudara tinggal? Jelaskan!

DAFTAR PUSTAKA

- AB Santoso (2019) 'Mengenali Peluang Dan Memilih Jenis Usaha', pp. 1–26. Available at: <http://repositori.kemdikbud.go.id/17080/1/6.1>. BA - MENGENALI PELUANG DAN MEMILIH JENIS USAHA - 2019 - 1.pdf.
- Dr. M. Anang Firmansyah, SE., M. and Anita Roosmawarni, SE., M.S. (2019) 'Kewirausahaan (Dasar dan Konsep', *Buku*, (September), p. 15.
- Geulanggang, Dani (2018) 'MAKALAH_KEWIRAUSAHAAN_MENCARI_GAGASAN_US (2)'. Available at: https://www.academia.edu/27527654/MAKALAH_KEWIRAUSAHAAN_MENCARI_GAGASAN_USAHA.
- Guanabara, E. *et al.* (2021) *kewirausahaan universitas hamzanwadi*. Roni Amrul. nusa tenggara timur: Universitas Hamzanwadi Press.
- Munawaroh Munjiati, Rimiyati Hasnah, F. (2016) 'Kewirausahaan (2)', p. 164.
- Untuk, M., Kreatifitas, M. and Siswa, P. (2016) 'LITERASI PENERAPAN KONSEP ATM (AMATI, TIRU, DAN SMA SERI RAMA PEKANBARU Universitas Islam Riau Keywords : ATM Concepts (Observe, Imitate, and Modify), Creativity. ABSTRAK PENDAHULUAN Kreatifitas Menurut Widayatum, pengertian kreativitas adalah su', pp. 6–9.
- Wijayanti, M. (2017) 'Analisa Peramalan Penjualan Produk Susu Kental Manis Carnation Pada Cv Pangan Makmur Irja Sorong', *Jurnal Pitis AKP*, 1(1), pp. 78–91. Available at: <https://doi.org/10.32531/jakp.v1i1.57>.



KEWIRAUSAHAAN

BAB 5: MEMULAI USAHA BARU

Endro Supriyanto, S.E., CHRBP., CPHRM., BMEC™., CLMA®, CBOA®

Conquera Enterprise

BAB 5

MEMULAI USAHA BARU

A. PENDAHULUAN

Dunia usaha yang terus berkembang membuat kewirausahaan memiliki peran penting dan relevan. Kewirausahaan tidak hanya merupakan konsep atau praktik yang terbatas pada pembentukan usaha baru, tetapi juga mencakup kemampuan untuk mengidentifikasi peluang, mengelola risiko, dan menciptakan nilai di dalam organisasi yang sudah ada.

Kewirausahaan pada hakikatnya adalah sifat, ciri dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif (Suryana, 2004). Kewirausahaan merujuk pada sifat, watak, dan ciri-ciri yang melekat pada seseorang yang mempunyai kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia usaha yang nyata dan dapat mengembangkannya dengan tangguh (Suryana, 2014)

Kewirausahaan tidak hanya relevan bagi para pengusaha yang ingin memulai usaha baru, tetapi juga bagi para pemimpin bisnis yang ingin mendorong inovasi dan pertumbuhan di dalam organisasi mereka. Pengembangan keterampilan kewirausahaan dan menciptakan lingkungan yang mendukung inovasi dan pengembangan produk sangat diperlukan dalam peningkatan iklim suatu usaha.

Mengambil langkah pertama dalam memulai sebuah usaha adalah sebuah keputusan yang tidak mudah. Namun, di balik ketakutan dan ketidakpastian itu, terdapat peluang yang menghampiri untuk meraih kesuksesan. Seseorang yang berani memulai usaha tidak hanya menjadi

DAFTAR PUSTAKA

- Dinar, M, Ahmad, I.S, & Hasan, M.(2020). *Kewirausahaan*. Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia
- Hermansyah. (2014). Upaya Menumbuhkembangkan Kewirausahaan Melalui Ekonomi Kerakyatan Di KUD Tani Mukti Sindanglaut Kabupaten Cirebon, *Journal Edunomic, Volume 2 No. 2 Tahun 2014*, P.59
- Kosasih, K., Hidayat, D., & Yusuf, A. (2011). Analisis Kualitatif Dampak Pelatihan Kewirausahaan Terhadap Peningkatan Kinerja Usaha Ekonomi Kerakyatan Program Kelompok Belajar Usaha (KBU) Di Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) “Mitra Umat” Desa Telukbuyung Kecamatan Pakis-Jaya Kabupaten Karawang. *Majalah Ilmiah SOLUSI*, 9(18).
- Lambing, P., & Kuehl, C.R.(2000). *Entrepreneurship*. New Jersey: Prentice Hall Inc
- Suryana. (2014). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Jakarta: Salemba Empat, 2014, h
- Suryana.(2004). *Memahami Karakteristik Kewirausahaan*. Jakarta: Direktorat Pendidikan Menengah Kejuruan Dirjen Pendidikan Dasar dan Menengah, Departemen Pendidikan nasional.
- Suwinardi.(2018). Langkah Sukses Memulai Usaha. *ORBITH VOL. 14 NO. 3 November 2018*: 195-201
- Wirasasmita, Yuyun. (1994). *Kewirausahaan*. Buku Pegangan, Jatinangor: UPT- Penerbit IKOPIN
- Zimmerer W. Thomas Et, (1996). *Entrepreneurship and The New Venture Formation*. New Jersey: Prentice Hall Inc.



KEWIRAUSAHAAN

BAB 6: *BUSINESS PLAN*

Ferdinandus Lidang Witi, S.E., M.Kom

Universitas Flores

BAB 6

BUSINESS PLAN

A. PENDAHULUAN

Di dalam memulai sebuah aktivitas bisnis, hendaknya didahului dengan penyusunan *business plan* atau rencana bisnis yang matang. Mengapa demikian? Karena rencana bisnis merupakan sebuah petunjuk atau gambaran berhasil tidaknya sebuah usaha kedepan yang hendak dijalankan. Masih banyak pelaku bisnis yang tidak memulai usahanya dengan menyusun rencana bisnis dan usaha-usaha semacam ini sebagian besar sudah gulung tikar alias tutup karena bangkrut.

Dalam penyusunan rencana bisnis, sudah komplit tersusun pokok-pokok bisnis seperti tujuan yang akan dicapai, perencanaan produksi, perencanaan keuangan, perencanaan pemasaran, perencanaan sumber daya manusia, menentukan target yang akan dicapai, singkatnya semua hal yang berkaitan dengan bisnis yang akan dijalankan. Pada akhirnya *business plan* atau rencana bisnis yang disusun ini dapat juga dipergunakan untuk mencari tambahan modal usaha dengan menyampaikan dokumen rencana bisnis ini ke para investor yang tertarik dengan rencana bisnis yang dibuat, atau ke para pemberi modal seperti Bank atau para BUMN. Tingkat kerumitan dalam membuat sebuah rencana bisnis tergantung pada tingkat kerumitan usaha yang akan dibuat.

B. DEFINISI RENCANA BISNIS

Rencana bisnis adalah suatu pernyataan tertulis yang berisi maksud dan tujuan yang ingin dicapai dari sebuah bisnis. (La Ode Syarfan, S.E., 2023)

TUGAS DAN EVALUASI

1. Apakah yang anda ketahui tentang *bisniss plan* atau rencana bisnis?
2. Mengapa perlu dibuatkan rencana bisnis? Jelaskan
3. Apa saja komponen yang wajib ada dalam Menyusun rencana bisnis?
4. Kapan saatnya pengusaha Menyusun sebuah rencana bisnis usahanya?

DAFTAR PUSTAKA

- Aris Slamet Widodo. (2012). *Buku Ajar Kewirausahaan Entrepreneur Agribusiness Start Your Own Business*. Jaringan Inspiratif.
- Ellyana, Ela., Sulistiyono, Drajat, (2020), Buku ajar Kewirausahaan, Ahlimedia Press, Malang, Jawa Timur
- Kusnadi dan Novita, (2020). Kewirausahaan. Cahaya Firdaus, Pekanbaru.
- La Ode Syarfan, S.E., M. S. (2023). Dasar-dasar Kewirausahaan. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Santoso, L. W., Febrian, W. D., Siburian, U. D., Ritonga, P. T., Suwarni, T., & Istikomah. (2023). *Pengantar Kewirausahaan*. PT. Global Eksekutif Teknologi; Padang



KEWIRAUSAHAAN

BAB 7: *MARKETING PLAN*

Erry Kurniawati Widodo, S.E

Dinas Perindustrian dan Perdagangan DIY

BAB 7

MARKETING PLAN

A. PENDAHULUAN

Marketing Plan merupakan komponen krusial dalam strategi bisnis yang sukses, sebuah rencana pemasaran yang terstruktur dan terukur adalah pondasi yang tak tergantikan bagi kesuksesan bisnis, perusahaan harus memiliki kemampuan untuk melakukan terobosan dan inovasi, serta memanfaatkan semua sumber daya dan teknologi yang tersedia untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Ini dimaklumi karena setiap perusahaan memiliki tujuan untuk mencapai pertumbuhan dan keberlanjutan jangka panjang. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk meningkatkan kemampuan dan daya saing mereka agar dapat bersaing dengan pesaing baru dan terus bertahan. Semua tujuan tersebut hanya dapat tercapai apabila perusahaan berhasil mengoptimalkan fungsi semua bagian dalam organisasi mereka dengan baik. Merancang sebuah bisnis yang efektif untuk menarik minat konsumen pada usaha kecil tetap menjadi tantangan yang signifikan. Salah satu strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan usaha kecil adalah dengan menekankan pada rencana pemasaran. Dalam era globalisasi ini, banyak pengusaha baru yang menghasilkan barang dan jasa berkualitas tinggi dengan nilai tambah yang signifikan. Namun, persaingan yang ketat di antara produk sejenis dan dengan manfaat serupa seringkali membuat sulit bagi para pengusaha untuk memasarkan produk mereka dengan efektif. Keterbatasan dalam kemampuan pemasaran seringkali menyebabkan produk-produk yang dihasilkan oleh para pengusaha tidak dikenal secara luas oleh masyarakat, sehingga sulit bersaing dengan produk-produk yang

DAFTAR PUSTAKA

- Hisrich, Robert D, and Peters, Michael P. 2002. *Entrepreneurship*, Fifth Edition, USA: McGraw Hill.
- Mursid, Manajemen Pemasaran, Bumi Aksara, Jakarta, 2003, hlm. 4
- Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 268
- Susetyaningsih, A., 2008. Analisis Faktor Keahlian dan Kepercayaan pada Tenaga Penjual Terhadap Nasabah, Jakarta.
- Urban, Glen L and Star, Steven H, 1991. *Advanced Marketing Strategy, Phenomena, Analysis, and Decision*, USA: Prentices Hall International Inc.
- Usmara, Strategi Baru Manajemen Pemasaran, Amara Book, Jogjakarta, 2003, hlm. 48



KEWIRAUSAHAAN

BAB 8: MANAJEMEN KEUANGAN DAN PEMBIAYAAN USAHA

Setiani Kartika Wati, S.T

Dinas Perindustrian dan Perdagangan DIY

BAB 8

MANAJEMEN KEUANGAN DAN PEMBIAYAAN USAHA

A. PENDAHULUAN

Manajemen Keuangan ini membahas tentang teori menurut para ahli didalam bidangnya, apa arti manajemen keuangan, fungsi dan peran serta tugas-tugasnya, aktivitas keuangan dan pembiayaan perusahaan. Buku ini dilatarbelakangi oleh adanya masyarakat umum yang belum mengetahui bagaimana bentuk manajemen keuangan pada perusahaan. Tujuan yang paling utama dibuatnya buku ini untuk mengetahui lebih dalam lagi sebuah manajemen keuangan dalam sebuah perusahaan serta bagaimana pembiayaan suatu perusahaan. Manajemen keuangan merupakan salah satu cara yang dapat dipakai meningkatkan nilai perusahaan melalui kebijakan-kebijakan yang diambil.

Dalam era modern ini, manajer keuangan memiliki peran yang sangat signifikan. Seiring dengan perkembangannya, tugas-tugas manajer keuangan tidak terbatas pada pencatatan, penyusunan laporan, pengendalian kas, pembayaran tagihan, dan penghimpunan dana semata. Namun, manajer keuangan juga diharapkan memiliki kemampuan untuk melakukan investasi dana, mengelola kombinasi sumber dana secara optimal, serta melakukan distribusi keuntungan, seperti pembagian dividen, dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan. Manajer keuangan dapat memenuhi ekspektasi pemegang sahamnya akan kinerja yang unggul dengan cara menciptakan strategi yang bernilai sehingga sulit ditiru oleh pesaingnya. Selain Manajemen Keuangan, strategi yang dikembangkan untuk meningkatkan suatu Perusahaan adalah mengenai

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes Sawir, 2005 Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama.
- Agus Sartono, 2000, Ringkasan Teori Manajemen Keuangan; Soal dan Penyelesaiannya, Yogyakarta, BPFE.
- Allen Lois A, 2007, Management and Organization: McGraw-Hill Book Company. Inc; New York.
- Bradley, Jarrel dan Kim. 1984. On the Existence of an Optimal Capital Structure: Theory and Evidence. Journal of Finance, 1(2), 857-878.
- Brigham dan Houston, 2010, Dasar-dasar Manajemen Keuangan, Buku 1 (edisi 11), Jakarta, Salemba Empat.
- Erlina, 2008. Manajemen Keuangan, Edisi kedelapan, Buku Kedua. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Grestenberg. 2004. Manajemen Keuangan Suatu Bisnis. Jakarta: Bumi Aksara.
- H.M.N. Purwosutjipto, Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia 2: Bentuk Bentuk Perusahaan, Penerbit Djambatan, Jakarta, 1995.
- James C. Van Horne, dan John M. Wachowicz, Jr. 2014. Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan (Fundamentals of Financial Management). Edisi 13 Buku 2. Jakarta: Salemba Empat
- Kasmir, Bank & Lembaga Keuangan Lainnya (Ed revisi), Rajagrafindo, Jakarta: 2008.
- Marsuki, Pemikiran dan Strategi Memberdayakan Sektor Ekonomi UMKM di Indonesia, Mitra Wacana Media, Jakarta: 2006.
- Mochtar Kusumaatmadja dan Arief Sidharta, Pengantar Ilmu Hukum: Suatu Pengenalan Pertama Ruang Lingkup Berlakunya Ilmu Hukum, Buku I, Alumni, Bandung: 2000.
- Munir Fuady, Pengantar Hukum Bisnis, Menata Bisnis Modern di Era Globalisasi, Citra Aditya Bakti, Bandung: 2008.
- Neni Sri Imaniyati, Pengantar Hukum Perbankan Indonesia, Refika Aditama, Bandung: 2010
- Sunaryo, Hukum Lembaga Pembiayaan, Sinar Grafika, Jakarta: 2008.

Sutrisno. 2017. Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi. Ekonesia.Yogyakarta.

Weston, Fred dan Thomas E Copeland, 1992. Manajemen Keuangan Edisi Kedelapan, Jakarta: Binarupa Aksara.

www.kemenkopukm.go.id,(2018). Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Dan Usaha Besar (UB) Tahun 2017-2018.



KEWIRAUSAHAAN

BAB 9: *ORGANIZATION PLAN*

Christin Imelda Girsang, S.TP., M.Si

Universitas Simalungun

BAB 9

ORGANIZATION PLAN

A. PENDAHULUAN

Pada umumnya, semua organisasi usaha yang bergerak dibidang produksi, jasa maupun industri memiliki tujuan untuk memperoleh keuntungan. Dalam pencapaian tujuan tersebut, semua perusahaan membutuhkan sistem manajemen yang efektif yang akan menunjang proses jalannya operasi perusahaan yang berkesinambungan. Sistem manajemen yang efektif ini perlu didukung dengan adanya perencanaan yang matang.

Struktur organisasi disadari sangat penting peranannya dalam meningkatkan efektivitas kerja, karena dalam struktur organisasi tersebut terdapat fungsi ataupun pembagian tugas, departementalisasi, dan koordinasi. Pembagian tugas yang tepat lebih berpeluang dalam menghasilkan keefektivitasan kerja karena pembagian tugas itu lebih mengoptimalkan penggunaan sumber daya perusahaan, selain itu pembagian tugas juga mengurangi tingkat kesalahan dan penumpukan beberapa pekerjaan.

Pada struktur organisasi terdapat garis hubungan antar manajer dan karyawan yang memiliki garis hubungan antar tugas, wewenang, dan tanggung jawab. Koordinasi diperlukan untuk memperoleh kesatuan tindak dalam mencapai tujuan perusahaan. Tanpa koordinasi yang baik tiap bagian atau orang akan sulit menjalankan fungsi mereka, karena koordinasi dapat diumpamakan sebagai jalur dan batasan-batasan dalam pelaksanaan fungsi atau tugas mereka. Tanpa adanya jalur atau batasan tersebut setiap bagian pasti akan bergerak menurut kehendak mereka

DAFTAR PUSTAKA

- Almuarif, A. (2023). Peran Perencanaan Strategis dalam Organisasi. *Al-Marsus : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2), 164.
<https://doi.org/10.30983/al-marsus.v1i2.6455>
- Burhanuddin. 1994. Analisis Administasi Manajemen dan Kepemimpinan Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara.
- Engkoswara & Aaan Komariah. 2011. Administrasi Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Firmansyah, M. A., & Mahardhika, B. W. (2018). Pengantar manajemen. Deepublish.
- Ivancevich, John M. Konopaske, Robert. Matteson, Michael T. 2007. Perilaku dan Manajemen Organisasi. Jakarta: PENERBIT ERLANGGA
- Malayu hasibuan, Manajemen, Dasar, Pengertian Dan Masalah, edisi revisi, (Jakarta, Bumi Aksara, 2001), hal.1
- Malayu S.P. Hasibuan, 2014. Organisasi dan motivasi, dasar peningkatan produktivitas, Jakarta: Bumi Aksara.
- Muzayyanah Jabani. (2015). Pentingnya perencanaan sumber daya manusia. *Jurnal Muamalah*, V(1), 1–10.
- Rivai, Veithzal & Deddy Mulyadi. 2010. Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Siswanto. 2005. Pengantar Manajemen Cetakan Pertama. Jakarta: PT Bumi Aksara.



KEWIRAUSAHAAN

BAB 10: WIRAUSAHA PEREMPUAN

Ferdinandus Lidang Witi, S.E., M.Kom

Universitas Flores

BAB 10

WIRAUSAHA PEREMPUAN

A. PENDAHULUAN

Indonesia telah memiliki lebih dari 64 juta Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di tahun 2019 dan juga memiliki kontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 60,3% dan lebih unik lagi ditemukan data dimana sebesar 60% UMKM ini dikelola oleh perempuan. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021, mayoritas dari total UMKM di Indonesia tepatnya 64,5% atau 37 juta UMKM dikelola oleh kaum perempuan. (Simanjuntak *et al.*, 2023). Hal inilah yang membuat pemerintah meningkatkan perhatiannya pada UMKM yang dikelola oleh perempuan karena mayoritas usaha yang dimiliki oleh kaum perempuan ini berada pada kategori mikro dan kecil. Masih banyak ditemui hambatan dalam wirausaha perempuan ini, sehingga para perempuan ini tidak berani mengembangkan usahanya lebih tinggi lagi dari usaha yang dikategorikan mikro dan kecil tersebut, padahal apabila usahanya dikembangkan dan naik level maka mereka akan memiliki peluang yang semakin besar untuk mendapatkan pinjaman atau pendanaan yang lebih besar pula. Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi perempuan yang ikut membuat sulit naik level yakni beban rumah tangga yang sangat tinggi dimana sambil menjalankan usahanya, perempuan juga harus mengurus/mengasuh anaknya. Tantangan lainnya yang tidak kalah pentingnya adalah keterbatasan akses pelatihan wirausaha dan masih banyak perempuan yang kurang memahami teknologi digital serta akses terhadap permodalan usaha yang besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji. 2004. *Manajemen Bisnis*. Cetakan Ke 3. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta
- Ghfar, M., & Ahmad Zarkasyi. (2022). Womenpreneurship: Aktualisasi Peran Perempuan Melalui Pemberdayaan Kewirausahaan di Kecamatan Lembeyan Kabupaten Magetan. *Musāwa Jurnal Studi Gender Dan Islam*, 21(1), 81–94.
<https://doi.org/10.14421/musawa.2022.211.81-94>
- Muhammad Rizal., Dias Setianingsih., & R. C. (2016). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Wanita Berwirausaha. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 5(2), 525–534.
- Prasetyani, D., Purusa, N., & Hasbianto, I. (2016). Studi Empiris Wirausaha Perempuan Di Surakarta : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi, Hambatan Dan Keberhasilan Usaha. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 119–138.
<https://doi.org/10.33633/jpeb.v1i2.2000>
- Simanjuntak, M., Pratiwi, I., Mandagi, D. W., Fitrianna, N., Hutabarat, M., Wardoyo, S., Handiman, U., Sahir, S., Hidayatulloh, A. N., Lelengboto, A. L., Aksa, & Johanis M, A. (2023). *Feminist Entrepreneurship* (Issue September). <https://www.researchgate.net/publication/373683203>



KEWIRAUSAHAAN

BAB 11: TREN TEKNOLOGI KEWIRAUSAHAAN

Hendra Halim, M.E

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Syiah Kuala

BAB 11

TREN TEKNOLOGI KEWIRAUSAHAAN

A. PENDAHULUAN

Dalam era digital yang terus berkembang, teknologi telah menjadi kekuatan pendorong utama di balik inovasi bisnis. Perubahan pesat dalam teknologi telah mengubah cara kita berinteraksi, bekerja, dan berbisnis. Bagi para wirausahawan, memahami dan mengadopsi tren teknologi terbaru menjadi kunci untuk memenangkan persaingan dan mencapai kesuksesan dalam dunia kewirausahaan yang semakin kompetitif.

Bab ini akan mengulas beberapa tren teknologi utama yang sedang membentuk lanskap kewirausahaan saat ini. Pertama, kita akan membahas Big Data, yang menandai era "ledakan data" yang memungkinkan organisasi untuk mengumpulkan, menyimpan, dan menganalisis jumlah data yang besar untuk mengambil keputusan yang lebih baik dan strategi yang lebih inovatif. Selanjutnya, kita akan menjelajahi Kecerdasan Buatan (AI), yang telah mengubah cara bisnis dijalankan melalui otomasi, optimasi, dan inovasi produk yang cerdas.

Kemudian, kita akan melihat *Internet of Things* (IoT) dan bagaimana IoT membuka peluang baru untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang unik dan terhubung. Otomasi Pemasaran juga akan dibahas, menyoroti bagaimana otomasi dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas strategi pemasaran. Selanjutnya, kita akan membahas Personalisasi Mikro, yang memungkinkan perusahaan untuk menawarkan pengalaman pelanggan yang lebih intim dan relevan.

5. Halodoc adalah platform kesehatan digital yang memanfaatkan teknologi untuk memberikan layanan kesehatan yang lebih mudah diakses. Jelaskan bagaimana Halodoc mengintegrasikan teknologi seperti AI dan IoT dalam model bisnisnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Hadwer, A., Tavana, M., Gillis, D., & Rezania, D. (2021). *Internet of Things*.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2022). *Digital marketing excellence: planning, optimizing and integrating online marketing*. Routledge.
- Moeller, S., & Wittkowski, K. (2010). The burdens of ownership: reasons for preferring renting. *Managing Service Quality: An International Journal*, 20(2), 176–191.
- Poole, D. I., Goebel, R. G., & Mackworth, A. K. (1998). *Computational intelligence* (Vol. 1). Oxford University Press Oxford.
- Rosen, W., & Minsky, L. (2016). *The Activation Imperative: How to Build Brands and Business by Inspiring Action*. Rowman & Littlefield.
- Sagiroglu, S., & Sinanc, D. (2013). Big data: A review. *2013 International Conference on Collaboration Technologies and Systems (CTS)*, 42–47.
- Sestino, A., Prete, M. I., Piper, L., & Guido, G. (2020). Internet of Things and Big Data as enablers for business digitalization strategies. *Technovation*, 98, 102173.

PROFIL PENULIS

Drs. Dedy Wahyudi, M.M



Penulis lahir di Jakarta pada tanggal 30 Juni 1969. Penulis merupakan dosen tetap di Universitas Sahid Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Penulis telah menyelesaikan Pendidikan S2 di Magister Manajemen Sekolah Pascasarjana Universitas Sahid.

Teguh Wicaksono, S.Kom., M.M



Penulis lahir di Banjarmasin pada tanggal 16 Februari 1988. Menyelesaikan program pendidikan sarjana di Fakultas Teknik Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin pada tahun 2012. Selanjutnya, meraih gelar Magister *Management* di Pascasarjana Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin pada tahun 2015. Sebagai seorang pendidik dan akademisi, saat ini mengemban peran sebagai pengajar pada beberapa mata kuliah di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Uniska MAB Banjarmasin. Mata kuliah yang diampu meliputi Sistem Informasi Manajemen, Manajemen Kinerja, Pengantar Sistem Informasi, dan Kewirausahaan. Serta berkontribusi dalam membentuk pemahaman dan keterampilan mahasiswa di bidang manajemen dan teknologi informasi.

Linda Reni Suriani Purba, S.P., M.M.A



Penulis lahir di Pematangsiantar, 29 Januari 1974. Telah menyelesaikan Studi S-1 di Program Sosial Ekonomi Pertanian (sosek), Fakultas Pertanian Universitas Simalungun (USI) tahun 1999, S-2 Program Studi Management Agribisnis, Fakultas Pasca Sarjana di Universitas Darma agung dan lulus pada tahun 2018. Penulis mulai bekerja sebagai Dosen tetap Yayasan di Universitas Simalungun (USI), Sumatera Utara dari tahun 2021 pada Program studi Agribisnis Fakultas Pertanian. E-mail Penulis: linda.purba1974@gmail.com.

January Rizki, M.Si



Penulis lahir di Palembang, 29 Januari 1990 sebagai anak pertama dari 4 (empat) bersaudara dari pasangan Iriansyah Ibnoe dan Imas Surya. Penulis telah menyelesaikan S-1 diprogram studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Bengkulu (UNIB) pada tahun 2012. Lulus S-2 magister sains Agribisnis Fakultas Ekonomi Manajemen (FEM) di Institut Pertanian Bogor (IPB) pada tahun 2017 dengan beasiswa DIKTI. Pada penelitian S2 tersebut topik yang diangkat tentang bisnis kecil. Mulai tahun 2019, penulis aktif sebagai pengelola pendidikan *non* formal yang bergerak dibidang keterampilan khusus yang telah menghasilkan pengusaha-pengusaha baru. Pada tahun 2019 sampai saat ini penulis menjadi tutor tutorial *online* (Tuton) di Universitas Terbuka (UT) Fakultas Ekonomi Manajemen. Mulai tahun 2021 penulis aktif menjadi dosen di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Simalungun, Sumatera Utara. Penulis juga melakukan penelitian secara akademik yang dipublikasikan di jurnal nasional. Penulis turut aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang dicintai ini. Email Penulis: januaryrizki.m.si@gmail.com

Endro Supriyanto, S.E., CHRBP., CPHRM., BMEC™., CLMA®, CBOA®



Penulis merupakan *Entrepreneur*, Konsultan Manajemen, *Trainer Soft Skills* dan Praktisi Pendidikan. Penulis merupakan lulusan bidang manajemen dari STIE Perbanas Surabaya. Saat ini Penulis merupakan Direktur dari *CONQUERA ENTERPRISE* (www.conquera.id) yang bergerak dalam bidang konsultan dan pelatihan manajemen serta *assessment center* untuk SDM dengan berbagai *setting*. Penulis dikenal dengan nama **Coach Daud Endro**, seorang *trainer soft skills* yang fokus pelatihannya diantaranya adalah *Excellence Service*, *Effective Communication Skills*, dan *Neuro Linguistic Programming* (NLP), dan *soft skills* untuk pendidik. Selain itu penulis juga merupakan serta CEO dari *CONQUERA EDUCATION*

(www.conqueraeducation.com) yang bergerak di bidang penyelenggaraan *event-event* pendidikan.

Media Social: www.linkedin.com/in/daud-endro

Email: coachdaudendro@gmail.com

Ferdinandus Lidang Witi, S.E., M.Kom



Penulis lahir di Nurabelen pada 24 September 1974 sebagai anak kedua dari pasangan Philipus Kolo Witi dan Benedikta Kewuta. Penulis menikah dengan dr. Mery Sri Kristiani Kotten dan memiliki dua orang anak, yaitu Dio dan Dev. Penulis menempuh pendidikan di SDK Nurabelen Flores Timur, kemudian melanjutkan ke SMPK Ilebura Lewotobi Flores Timur dan SMAK Syuradikara Ende-Flores NTT. Penulis memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Manajemen dari Universitas Flores dan melanjutkan pendidikan Magister Komputer di Program Studi Ilmu Komputer Fakultas MIPA, Universitas Gajah Mada (UGM). Dalam perjalanan kariernya, penulis pernah menjadi dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Flores dari tahun 2006 hingga 2017. Selanjutnya, penulis mengajar di Fakultas Teknologi Informasi Universitas Flores sejak tahun 2017 hingga sekarang. Penulis juga pernah menjabat sebagai Dekan Fakultas Teknologi Informasi Universitas Flores pada periode 2017-2020 dan sebagai Wakil Rektor Bidang Akademik Universitas Flores pada periode 2020-2024.

Erry Kurniawati Widodo, S.E



Penulis lahir di Sukoharjo pada tanggal 7 Juni 1987 dan biasa dipanggil Erry. Penulis bersekolah di SDN Sukoharjo II. Pendidikan menengah pertama ditempuh di SLTPN 1 Sukoharjo, sementara pendidikan menengah atas di SMA N 1 Sukoharjo. Penulis lulus dengan gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Sebelas Maret pada tahun 2010. Karier penulis sebagai Pegawai Negeri Sipil dimulai pada tahun 2014 di Dinas Perindustrian dan Perdagangan DIY. Pada tahun 2020, penulis menjadi Penyuluh Perindustrian dan Perdagangan Ahli Muda. Saat ini, penulis sedang

mengejar gelar Magister Manajemen di Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta. Penulis memiliki beberapa jurnal yang telah terbit di antaranya: Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan PT Semen Indonesia (Persero) Tbk dan PT Solusi Bangun Indonesia (Persero) Tbk pada Tahun 2020-2021, Penerapan *Digital Marketing* pada UMKM: Analisis Bibliometrik, Penerapan *Digital Marketing* pada UMKM Batik Sembung di Kulonprogo, serta Analisis Penerapan Kriteria *Malcolm Baldrige* (MBCfPE) pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia. Selain itu, penulis juga pernah mendampingi UMKM dalam program Saemaul Undong di Korea Selatan.

Setiani Kartika Wati, S.T



Penulis lahir di Sleman pada tanggal 15 April 1986 yang akrab dipanggil Tika. Sejak kecil penulis tinggal di Yogyakarta dan bersekolah di SDN Perumnas 1 Condong catur, Depok, Sleman. Kemudian melanjutkan Pendidikan Sekolah menengah pertama di SLTPN 11 Yogyakarta dan sekolah menengah akhir di SMA N 6 Yogyakarta. Penulis meraih gelar sarjana Teknik Kimia di Universitas Gadjah Mada yang diwisuda pada bulan Februari tahun 2009. Pada Tahun 2010, penulis menjadi seorang PNS di Dinas Pertambangan dan Energi Kalimantan barat, kemudian tahun 2020 mutasi ke Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta dan ditempatkan di Dinas Perindustrian dan Perdagangan D.I Yogyakarta. Tahun 2021, penulis diangkat menjadi Kepala Seksi Makanan Minuman dan Tembakau di bidang Industri Agro Disperindag DIY, kemudian tahun 2022 dalam rangka penyetaraan jabatan, penulis diangkat menjadi Jabatan Fungsional Penyuluh Perindag Ahli Muda. Saat ini penulis sedang menyelesaikan studi Strata 2 Magister Manajemen di Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta. Di tengah-tengah kesibukan sebagai seorang ASN, penulis juga sudah menerbitkan beberapa jurnal diantaranya "Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perusahaan Pada PT. Adaro Energy Tbk dan PT Bukit Asam Tbk. Tahun 2020-2021", "Penerapan *Digital Marketing* pada UMKM Batik Sembung di Kulonprogo", serta "Analisis Penerapan Kriteria *Malcolm*

Baldrige (MBCfPE) Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Indonesia”.

Christin Imelda Girsang, S.TP., M.Si



Penulis dilahirkan di Pematang Siantar, Provinsi, Sumatera Utara pada tanggal 24 Mei 1980. Penulis menyelesaikan jenjang Pendidikan Sarjana pada Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Universitas Udayana pada tahun 2004. Gelar Magister Sains diraih oleh penulis pada tahun 2007 dari Departemen Teknologi Industri Pertanian, Sekolah Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor. Penulis pernah mengikuti *in house training* Manajemen ISO 9001, ISO 14001, ISO 22000, SMK3 yang diselenggarakan oleh Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS) Medan, serta Pelatihan *Hazard Analysis and Critical Control Point (HACCP)* oleh MBRIO Training. Penulis saat ini merupakan seorang dosen pada Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Simalungun.

Hendra Halim, M.E



Seorang penulis, akademisi, dan peneliti kelahiran tahun 1992 di Tanjung Morawa. Meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) dari Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala, Hendra melanjutkan pendidikan pascasarjana di bidang ekonomi syariah dengan gelar Master Ekonomi (M.E.) di Islamic State University Ar-Raniry. Hendra terlibat dalam berbagai peran di lingkungan akademis, kewirausahaan, pariwisata, teknologi informasi, dan pengembangan bisnis. Saat ini, ia menjabat sebagai Manajer Operasional Inkubator Kewirausahaan Universitas Syiah Kuala dan menjadi Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas tersebut. Sebelumnya, di tahun 2022-2023, Hendra memegang posisi sebagai Koordinator Perencanaan di Badan Pengembangan Bisnis Universitas Syiah Kuala. Ia telah melaksanakan beberapa penelitian terkait kewirausahaan, seperti "*Digital Transformation Strategy to Optimize Company Performance*", "*Empowering Creativity and Entrepreneurial Spirit: A Service-Learning Approach for MTs Students*",

"Integrated Strategies to Enhance Entrepreneurial Intention During and After University: Islamic Entrepreneurship Perspective", "A Potential Framework For an Impactful Technopreneurship Education". Selain karier akademisnya, Hendra memiliki keahlian yang diakui dengan sertifikasi dari Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP), diantaranya Produktivitas, Pendamping UMKM, *Digital Marketing*, dan Konsultan Inkubator Bisnis. Ia juga telah berkontribusi dalam literatur bisnis dengan bukunya yang berjudul "Cara Membahas & Menulis Kasus Manajemen Bisnis" dan "*Digitalisasi Tourism*". Hendra Halim, selain sebagai penulis, juga aktif sebagai Tim Pengelola Pusat Riset Komunikasi Pemasaran, Pariwisata, dan Ekonomi Kreatif Universitas Syiah Kuala sejak tahun 2022.



KEWIRAUSAHAAN

Pada saat ini kewirausahaan adalah suatu disiplin ilmu yang dapat diajarkan dan dipelajari, tidak seperti dahulu yang mana orang beranggapan bahwa kewirausahaan yaitu hasil praktik ditingkat lapangan yang mana tidak dapat diajarkan dan dipelajari serta bakat bawaan dari sejak lahir.

Kewirausahaan merupakan jiwa yang mempunyai keberanian untuk dapat memulai dari bawah. Bertahan dan berkembang lebih besar adalah hal yang sulit dibandingkan dengan memulai adalah hal yang mudah. Seorang wirausaha dituntut agar bisa menyelesaikan pada setiap permasalahan yang timbul. Seseorang yang dapat mengerahkan sumber daya adalah orang yang berani mendirikan usaha. Adanya ide, inovasi, tujuan, proses, pengendalian dan rancangan adalah upaya untuk memaksimalkan sumber daya. Mendirikan usaha perlu adanya pertimbangan yang baik, karena adanya risikonya dan bagi para pengusaha akan menjadi ancaman.

Manfaat dari kepemilikan usaha adalah Bebas dalam mengendalikan nasib sendiri, Mendapatkan pundi-pundi uang yang lebih banyak lagi, Bebas dalam melakukan perubahan, Wirausahawan akan memiliki rasa bangga yang tidak ternilai, Berkontribusi untuk Negara, Mempunyai peran aktif di Masyarakat, Mendapatkan keuntungan yang optimal, Kebebasan untuk mencapai potensi diri secara maksimal.

Peranan kewirausahaan didalam Pembangunan dan kehidupan ekonomi negara kita yaitu Meningkatnya Standar Kehidupan, Membuka lapangan pekerjaan, Penciptaan Kekayaan dan kemakmuran, Pengembangan Masyarakat, Teknologi Baru mempromosikan Efisiensi, Membangun Perekonomian Indonesia, Menambah pendapatan negara dan Menciptakan Perubahan Sosial.