

Editor:
Suwandi, S.E., M.Ak., C.GL., C.PI., C.NFW., C.FTax.,
CPABC., C.FR., C.AFE., CBPA., C.AP., C.CSR.,
C.RM., C.QMS., CBSP., CFAP.



DASAR-DASAR WAWASAN **KEWIRAUSAHAAN**

Afriansyah | Rida Ristiyana | Reza Widhar Pahlevi | Mas Nur Mukmin
Retno Kurnianingsih | Indah Kurniawati | Prasetio Ariwibowo | Agustinar
Dian Retnaningdiah | Anna Marganingsih | Wheny Khristianto
Izzah Dienillah | Yose Ega Mulyadi | Sitti Nikmah Marzuki
Annisa Retno Utami

DASAR-DASAR WAWASAN
KEWIRAUSAHAAN

Konsep kewirausahaan adalah sebuah konsep yang harus dipahami oleh para pengusaha agar dalam menjalankan bisnisnya dapat berjalan dengan baik dan terarah. Intisari dari kewirausahaan adalah kemampuan menciptakan sesuatu yang berbeda melalui tindakan-tindakan kreatif dan inovatif guna menciptakan peluang dan menghadapi tantangan.

Buku ini dihadirkan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang sedang menempuh mata kuliah kewirausahaan, para praktisi, atau siapa pun yang ingin mendalaminya lebih jauh. Kehadiran buku ini diharapkan bisa memberikan pemahaman komprehensif kepada mereka mengenai kewirausahaan.

Bab yang dibahas dalam buku ini, meliputi:

- Bab 1 Hakikat Dasar Kewirausahaan
- Bab 2 Etika Wirausaha
- Bab 3 UKM dan Pengusaha Pemula
- Bab 4 Manajemen Kewirausahaan
- Bab 5 Modal Dasar dan Proses Kewirausahaan
- Bab 6 Membuat Rencana Usaha
- Bab 7 Pengembangan Usaha
- Bab 8 Kerjasama dalam Berwirausaha
- Bab 9 Pengambilan Risiko Wirausaha
- Bab 10 Tanggung Jawab Wirausaha
- Bab 11 Membangun Keunggulan Kompetitif
- Bab 12 Strategi Pemasaran dalam Berwirausaha
- Bab 13 Kewirausahaan dalam Konteks Bisnis
- Bab 14 Analisis Bisnis dan Studi Kelayakan Bisnis
- Bab 15 Kewirausahaan dengan Pemanfaatan Media Sosial

DASAR-DASAR WAWASAN KEWIRAUSAHAAN

Afriansyah | Rida Ristiyana | Reza Widhar Pahlevi |
Mas Nur Mukmin | Retno Kurnianingsih |
Indah Kurniawati | Prasetyo Ariwibowo | Agustinar |
Dian Retnaningdiah | Anna Marganingsih |
Wheny Khristianto | Izzah Dienillah | Yose Ega Mulyadi |
Sitti Nikmah Marzuki | Annisa Retno Utami



eureka
media aksara

PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA

DASAR-DASAR WAWASAN KEWIRAUSAHAAN

- Penulis** : Afriansyah; Rida Ristiyana; Reza Widhar
Pahlevi; Mas Nur Mukmin; Retno
Kurnianingsih; Indah Kurniawati; Prasetio
Ariwibowo; Agustinar; Dian Retnaningdiah;
Anna Marganingsih; Wheny Khristianto; Izzah
Dienillah; Yose Ega Mulyadi; Sitti Nikmah
Marzuki; Annisa Retno Utami.
- Editor** : Suwandi, S.E., M.Ak., C.GL., C.PI., C.NFW.,
C.FTax., CPABC., C.FR., C.AFE., CBPA., C.AP.,
C.CSR., C.RM., CQMS., CBSP., CFAP.
- Desain Sampul** : Eri Setiawan
- Tata Letak** : Nurlita Novia Asri
- ISBN** : 978-623-487-075-6
- No. HKI** : EC00202251974

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, JULI 2022**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi:

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992
Surel : eurekamediaaksara@gmail.com
Cetakan Pertama : 2022

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

PENGANTAR EDITOR

Bismillahir Rahmanir Rahim

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Puji syukur tak henti-hentinya kita ucapkan atas rahmat dan hidayah Allah Swt atas terbitnya buku berjudul “Dasar-dasar Wawasan Kewirausahaan”. Semoga Allah Swt senantiasa memberikan kesehatan bagi bapak dan ibu penulis dalam menjalankan aktivitas.

Penulis dalam buku ini fokus membahas tentang konsep dasar kewirausahaan. Konsep kewirausahaan adalah sebuah konsep yang harus dipahami oleh para pengusaha agar dalam menjalankan bisnisnya dapat berjalan dengan baik dan terarah. Intisari dari kewirausahaan adalah kemampuan menciptakan sesuatu yang berbeda melalui tindakan-tindakan kreatif dan inovatif guna menciptakan peluang dan menghadapi tantangan.

Buku ini dihadirkan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang sedang menempuh mata kuliah kewirausahaan, para praktisi, atau siapa pun yang ingin mendalaminya lebih jauh. Kehadiran buku ini diharapkan bisa memberikan pemahaman komprehensif kepada mereka mengenai kewirausahaan. Materi yang disampaikan dalam buku ini disusun sesederhana mungkin dengan harapan mudah dipahami pembaca. Namun, segala upaya penyempurnaan yang telah dilakukan tetap saja masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran terbuka demi untuk perbaikan buku ini ke depannya.

Akhir kata, kami memberikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada tim penulis atas tersusunnya buku ini dan tetap produktif dalam menulis. Ucapan terima kasih kami sampaikan terkhusus kepada Penerbit **Eureka Media Aksara** yang telah memfasilitasi terbitnya buku ini. Semoga segala aktivitas kita di ridai Allah Swt. Aamiin.

Selamat membaca ...!!!

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Bone, Juni 2022
Editor,

Suwandi

DAFTAR ISI

PENGANTAR EDITOR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB 1 HAKIKAT DASAR KEWIRAUSAHAAN	
Afriansyah, S.Psi., S.Sos., S.P., M.Si., M.H., M.Agr.,	
CIQA.	1
A. Pendahuluan	1
B. Konsep Kewirausahaan.....	2
C. Hakikat Kewirausahaan.....	3
D. Tujuan Kewirausahaan.....	5
E. Manfaat Kewirausahaan	6
F. Modal Kewirausahaan.....	6
G. Keuntungan dan Kelemahan Kewirausahaan.....	7
H. Keberhasilan dan Kegagalan Kewirausahaan.....	7
I. Karakteristik Kewirausahaan	8
J. Ciri dan Tipe Pengusaha Berjiwa Kewirausahaan.....	10
Daftar Pustaka	11
BAB 2 ETIKA WIRUSAHA	
Rida Ristiyana, S.E., M.Ak., CIQnR.	13
A. Pendahuluan	13
B. Pengertian Etika Wirausaha.....	14
C. Ketentuan Etika Wirausaha	14
D. Jenis-jenis Etika Wirausaha	15
E. Prinsip Etika Wirausaha.....	16
F. Tingkatan Norma pada Etika Wirausaha	16
G. Tujuan Etika Wirausaha	17
H. Cara Mempertahankan Standar Etika Wirausaha	18
I. Manfaat Menjaga Etika Wirausaha	19
J. Faktor Yang Mempengaruhi Etika Wirausaha.....	19
Daftar Pustaka	20
BAB 3 UKM DAN PENGUSAHA PEMULA	
Reza Widhar Pahlevi, S.E., M.M., CSA.	22
A. Pendahuluan	22
B. UKM, Digitalisasi dan Tantangan	23
C. Tata Kelola UKM.....	27

D. Orientasi Kewirausahaan	28
E. Keahlian Digital.....	29
F. Inovasi Bisnis	30
Daftar Pustaka.....	31
BAB 4 MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN	
Mas Nur Mukmin, S.E., M.Ak.....	36
A. Pendahuluan.....	36
B. Identifikasi Peluang.....	37
C. Pembiayaan Usaha Baru	39
D. Strategi Bisnis.....	41
E. Hubungan Etika dan Manajemen Wirausaha.....	42
Daftar Pustaka	44
BAB 5 MODAL DASAR DAN PROSES KEWIRAUSAHAAN	
Retno Kurnianingsih, S.E., M.Si.....	46
A. Pendahuluan.....	46
B. Kisah Inspiratif dibalik Kesuksesan Para “Tekno & Entre” Preneur	47
C. Modal Dasar Kewirausahaan	52
D. Modal Sosial dan Moral.....	54
E. Modal Mental yang Dilandasi Agama	54
Daftar Pustaka	56
BAB 6 MEMBUAT RENCANA USAHA	
Indah Kurniawati, S.E., M.Si.....	58
A. Pendahuluan.....	58
B. Konsep <i>Business Plan</i>	59
C. Manfaat <i>Business Plan</i>	60
D. Pentingnya Penyusunan <i>Business Plan</i>	61
E. Tujuan <i>Business Plan</i>	61
F. Struktur dan Format <i>Business Plan</i>	61
G. <i>Business Model Canvas</i>	64
H. Contoh Kasus <i>Business Plan</i>	67
Daftar Pustaka	68
BAB 7 PENGEMBANGAN USAHA	
Prasetio Ariwibowo, S.MB., M.M., Ph.D.....	70
A. Pendahuluan.....	70
B. Definisi Pengembangan Usaha	70
C. Tahapan Pengembangan Usaha.....	73

D. Strategi Pengembangan Usaha	74
E. Persaingan Bisnis dalam Pengembangan Usaha.....	77
Daftar Pustaka	79
BAB 8 KERJASAMA DALAM BERWIRAUSAHA	
Agustinar, M.E.I.	81
A. Pendahuluan	81
B. Definisi Kerjasama dalam Berwirausaha	81
C. Manfaat Kerjasama dalam Berwirausaha	82
D. Jenis-jenis Kerjasama dalam Berwirausaha	82
E. Syarat atau Hukum Kerjasama	88
F. Trik Sukses Membangun Kerjasama dalam Berwirausaha.....	88
Daftar Pustaka	90
BAB 9 PENGAMBILAN RISIKO WIRAUSAHA	
Dian Retnaningdiah, S.E., M.Si.	92
A. Pendahuluan	92
B. Pengertian Risiko	92
C. Risiko Berwirausaha	93
D. Pengambilan Risiko	94
E. Manajemen Risiko.....	95
Daftar Pustaka	99
BAB 10 TANGGUNG JAWAB WIRAUSAHA	
Anna Marganingsih, S.E., M.Pd.	100
A. Pendahuluan	100
B. Area Tanggung Jawab Sosial Wirausaha.....	102
C. Teori yang Mendasari Tanggung Jawab Sosial.....	103
D. Lingkup Tanggung Jawab Sosial Wirausaha	105
Daftar Pustaka	108
BAB 11 MEMBANGUN KEUNGGULAN KOMPETITIF	
Dr. Wheny Khristianto, S.Sos., M.AB.	110
A. Pendahuluan	110
B. Keunggulan Bersaing: Perspektif Sumber Daya	111
C. Keunggulan Bersaing: Perspektif Kapabilitas Dinamik dan Kewirausahaan Strategik	114
Daftar Pustaka	116

BAB 12 STRATEGI PEMASARAN DALAM BERWIRAUSAHA	
Izzah Dienillah, S.E., M.E.	120
A. Pendahuluan.....	120
B. Strategi Pemasaran.....	120
C. Bauran Pemasaran.....	123
D. Teknik Pemasaran	125
E. Media Pemasaran	125
Daftar Pustaka.....	128
BAB 13 KEWIRAUSAHAAN DALAM KONTEKS BISNIS	
Yose Ega Mulyadi, S.E., M.M.	129
A. Pendahuluan.....	129
B. Memulai Usaha Baru.....	129
C. Jenis-jenis Badan Usaha	130
D. Perizinan Usaha.....	132
E. Struktur Organisasi	133
F. Manajemen Keuangan	133
G. <i>Exit Strategy</i>	135
Daftar Pustaka.....	137
BAB 14 ANALISIS BISNIS DAN STUDI KELAYAKAN BISNIS	
Dr. Sitti Nikmah Marzuki, S.El., M.E.	138
A. Pendahuluan.....	138
B. Definisi Analisis Bisnis dan Studi Kelayakan Bisnis ..	139
C. Langkah-langkah Studi Kelayakan Bisnis.....	140
D. Aspek-aspek Studi Kelayakan Bisnis.....	143
Daftar Pustaka.....	145
BAB 15 KEWIRAUSAHAAN DENGAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL	
Annisa Retno Utami, S.E., M.SM.	146
A. Pendahuluan.....	146
B. Definisi dan Konsep Kewirausahaan	147
C. Pemanfaatan Media Sosial dalam Kewirausahaan	148
D. Jenis-jenis Media Sosial.....	149
E. Peluang dan Tantangan Pemanfaatan Media Sosial dalam Berwirausaha.....	151
Daftar Pustaka.....	152
TENTANG PENULIS.....	154

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Matriks Produk dan Pasar	39
Gambar 2.	Tahapan Bisnis.....	58
Gambar 3.	Struktur Rencana Bisnis.....	62
Gambar 4.	<i>Traditional Business Plan</i>	62
Gambar 5.	<i>Lean Canvas</i>	63
Gambar 6.	<i>Business Model Canvas</i>	63
Gambar 7.	<i>Format Business Model Canvas</i>	64
Gambar 8.	Penawaran Produk dengan <i>Model Canvas</i>	68
Gambar 9.	<i>Business Model Canvas - Produsen</i>	68
Gambar 10.	<i>Product Life Cycle</i>	75
Gambar 11.	Analisa Pengembangan Usaha terhadap Persaingan Bisnis.....	77
Gambar 12.	Strategi Pengembangan Usaha (Keunggulan Bersaing)	79
Gambar 13.	Tahapan dalam Keunggulan Bersaing	113
Gambar 14.	Skema Rangkaian Proses pada Kewirausahaan Strategik	116
Gambar 15.	Platform Media Sosial Paling Aktif Digunakan Tahun 2020.....	150



**DASAR-DASAR WAWASAN
KEWIRAUSAHAAN**



BAB

1

HAKIKAT DASAR KEWIRAUSAHAAN

Oleh: Afriansyah, S.Psi., S.Sos., S.P., M.Si.,
M.H., M.Agr., CIIQA.

Dosen Politeknik Pembangunan Pertanian
Manokwari

A. Pendahuluan

Kewirausahaan (*Entrepreneurship*) muncul pertama kali pada abad 18 diawali dengan penemuan-penemuan baru seperti mesin uap, mesin pemintal, dan lain-lain. Secara historis kewirausahaan sudah dikenalkan oleh Richard Castillon pada tahun 1755, beliau berpendapat bahwa kewirausahaan merujuk pada sebuah aktivitas pelaku ekonomi yang melakukan kegiatan organisasi dan memberanikan untuk menanggung risiko dari usaha tersebut dengan mengharapkan imbalan berupa keuntungan, melalui kreativitas dan inovasi yang tinggi dalam hidup (Cantillon, 2011). Secara epistemologis, sebenarnya kewirausahaan hakikatnya adalah suatu kemampuan dalam berpikir kreatif (pola pikir tentang sesuatu yang baru) dan berperilaku inovatif (tindakan dalam melakukan sesuatu yang baru) yang dijadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat dan kiat dalam menghadapi tantangan hidup.

Dalam kewirausahaan terdapat proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi yang berhubungan dengan perolehan peluang dan penciptaan usaha yang lebih baik. Hasil akhir dari proses tersebut adalah penciptaan usaha baru yang dibentuk pada kondisi risiko atau ketidakpastian dengan jalan mengembangkan ide, dan meramu sumber daya untuk menemukan peluang (*opportunity*) dan perbaikan (*preparation*) hidup.

BAB

2

ETIKA WIRAUSAHA

Oleh: Rida Ristiyana, S.E., M.Ak., CIQnR.
Dosen Universitas Islam Syekh-Yusuf (UNIS)
Tangerang

A. Pendahuluan

Perkembangan suatu bangsa tidak hanya di dasari dari perkembangan ekonomi dan politik, tetapi terletak pada sumber daya manusia dalam mengembangkan usahanya. Salah satu kreativitas manusia yang menunjukkan jiwa pemberani mengambil risiko, pantang menyerah, mampu menciptakan peluang usaha dan mempertahankannya adalah dengan kewirausahaan (*entrepreneurship*). Selain mempunyai keahlian dalam mengelola usahanya, wirausaha juga wajib memiliki etika wirausaha agar korelasi pengusaha dengan pelanggan terjamin keseimbangannya, ada unsur saling menghargai dan menghormati, saling butuh dan menciptakan *trust* yang lebih baik.

Etika wirausaha merupakan kode etik tentang perilaku oleh aktor/wirausaha sesuai dengan nilai moral dan aturan/norma yang dianut dalam menyelesaikan permasalahan. Etika ini memiliki peranan penting atas berbagai kepentingan, solusi dalam mengatasi persoalan dan demi menjaga loyalitas pelanggan. Selain itu, etika wirausaha mencerminkan reputasi sipelaku usaha karena aktivitas yang dilakukan harus berdasarkan prinsip moral secara universal. Dalam berbisnis, kepentingan bersama adalah prioritas utama, setiap perlakuan yang di dasari dengan hak asasi manusia, hal tersebut mencakup semua aspek baik itu sesama pengusaha, masyarakat, pelanggan maupun pihak yang berkepentingan, agar mendapat banyak simpati dari berbagai pihak, terutama

BAB

3

UKM DAN PENGUSAHA PEMULA

Oleh: **Reza Widhar Pahlevi, S.E., M.M., CSA.**
Dosen Universitas Amikom Yogyakarta

A. Pendahuluan

Peranan Usaha Kecil Menengah (UKM) sangat penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya pada negara-negara berkembang seperti Indonesia, tetapi juga pada negara-negara maju. UKM terbukti berperan sangat penting mengatasi masalah pengangguran serta berperan meningkatkan pertumbuhan pembangunan dan perekonomian. Namun berkembang tidaknya UKM pada era perdagangan bebas dan krisis pandemi misalnya, tergantung pada daya saing dan peningkatan efisiensi serta kekuatan jaringan bisnis dengan lembaga lainnya. Tujuan dalam kegiatan bisnis UKM tidak lepas dari sistem keuangan karena bagaimanapun antara pasar uang dan pasar riil saling terkait dan saling membutuhkan. Akan terjadi transaksi baik sebagai nasabah maupun sebagai yang membutuhkan dana untuk mengembangkan bisnis UKM. Bisnis UKM bergerak dalam pembiayaan dalam setiap transaksi kredit tidak mengenal bunga, baik dalam menghimpun tabungan investasi masyarakat ataupun dalam pembiayaan bagi dunia usaha yang membutuhkannya.

Lingkungan bisnis saat ini telah berubah secara radikal dan sangat berbeda dibanding masa lalu. Persaingan ketat terjadi dalam lingkungan yang terus menerus mengalami perubahan cepat dalam kurun waktu singkat. Kecepatan dan pendeknya periode perubahan lingkungan menyebabkan perusahaan tidak mudah melakukan antisipasi untuk menghindari kegagalan (Samantha, 2018). Perusahaan yang

BAB 4

MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN

Oleh: Mas Nur Mukmin, S.E., M.Ak.
Dosen Universitas Djuanda

A. Pendahuluan

Kewirausahaan merupakan proses penciptaan sebuah produk yang memiliki nilai tambah secara ekonomi. Saat ini wirausaha sudah tidak lagi dipandang sebagai sebuah alternatif dalam kegiatan untuk memperoleh penghasilan, melainkan sudah menjadi tujuan yang setara dengan dunia kerja. Pada era ketika teknologi dan media digital belum populer seperti saat ini, kewirausahaan masih dipandang sebagai kegiatan sampingan untuk menambah penghasilan atau kegiatan antar waktu sehingga seseorang memperoleh pekerjaan.

Berbeda dengan era *society 5.0*, kewirausahaan pada era ini dipandang sebagai sebuah peluang yang lebih menjanjikan dengan beragam kemudahan akses terhadap teknologi dan informasi sehingga menghasilkan beragam istilah dalam kegiatan wirausaha seperti *sociopreneur*, *digitalpreneur*, *technopreneur*, dan lain sebagainya (Zengin et al., 2021). Kendati demikian, dalam pola pengelolaan kegiatan wirausaha tidak mengalami perubahan yang signifikan. Kewirausahaan masih dipandang sebagai kombinasi dari kecerdasan akademik dan keterampilan menghasilkan produk serta kesiapan mental dalam menghadapi tantangan dan risiko yang kemudian diubah menjadi sebuah peluang dan potensi (Utomo et al., 2021). Dimensi dalam manajemen kewirausahaan pun masih meliputi invensi, inovasi, dan imitasi. Dengan demikian, penting untuk mengetahui manajemen kewirausahaan untuk dapat mengenali pola dari kegiatan wirausaha (Dewi et al., 2020). Bab ini akan

BAB

5

MODAL DASAR DAN PROSES KEWIRAUSAHAAN

Oleh: Retno Kurnianingsih, S.E., M.Si.
Dosen Universitas Cokroaminoto Yogyakarta

A. Pendahuluan

Allah Swt telah menganugerahi akal budi yang sempurna pada setiap insan, sehingga setiap orang mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi seorang wirausahawan dan memiliki potensi meraih kesuksesan. Dengan demikian sukses adalah hak setiap orang. Untuk itu manusia harus bekerja, bidang pekerjaan yang dapat mengantarkan kearah kesuksesan adalah bidang kewirausahaan (*entrepreneur*). Dahulu untuk menjadi seorang wirausaha “sukses” biasanya berasal dari bakat dan keturunan orang tuanya (*previlage*), usia yang matang, modal aset dan fisik yang memadai bahkan menjadi mitos pada saat itu. Memulai usaha berarti harus siap menanggung risiko kegagalan. Namun, faktanya, fenomena yang ada saat ini banyak bermunculan para usahawan pemula yang usianya relatif belia. Beberapa literatur kewirausahaan menyatakan bahwa untuk menjadi wirausahawan dibutuhkan modal dasar dan berproses, karena dalam dunia usaha (bisnis) tidak ada yang instan, berproses melewati berbagai macam rintangan, hambatan, tantangan bahkan tidak sedikit yang mengalami kegagalan. Sebelum membahas mengenai modal dasar kewirausahaan, akan diuraikan mengenai kisah-kisah perjalanan para pengusaha sukses baik dari dalam negeri maupun luar negeri yang menginspirasi, berikut ini.

BAB 6

MEMBUAT RENCANA USAHA

Oleh: Indah Kurniawati, S.E., M.Si.
Dosen Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta

A. Pendahuluan

Dalam menjalankan bisnis, perlu diketahui terlebih dahulu mengenai beberapa tahapan dalam berbisnis. Hal ini dapat membantu para *start up* untuk bisa lebih memahami, merencanakan, menjalankan dan mengelola bisnis dengan baik sehingga dapat melakukan *scale up* terhadap bisnisnya.



Gambar 2. Tahapan Bisnis

Posisi penyusunan *business plan*, terletak pada perencanaan bisnis dan saat pengembangan bisnis. Sehingga dapat dipahami, bahwa *business plan* ini merupakan alat yang sangat penting bagi seorang pengusaha dalam memulai, mengambil keputusan dan menjalankan usahanya.

BAB

7

PENGEMBANGAN USAHA

Oleh: Prasetio Ariwibowo, S.MB., M.M., Ph.D.
Dosen Universitas Indraprasta PGRI Jakarta

A. Pendahuluan

Kegiatan bisnis bisa dimulai dengan merintis bisnis (*starting*), menciptakan kerjasama ataupun menggunakan atau membeli bisnis orang lain atau yang lebih dikenal dengan istilah *franchising*. Tetapi yang perlu diperhatikan adalah ke mana arah bisnis tadi akan dibawa. Maka berdasarkan itu, diharapkan suatu pengembangan untuk memperluas dan mempertahankan usaha tadi supaya bisa berjalan dengan baik. Untuk melaksanakan pengembangan usaha diharapkan dukungan berdasarkan aneka macam aspek, misalnya bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM (Sumber Daya Manusia), teknologi dan sejenisnya.

Selanjutnya, pada bab ini akan diulas tentang definisi, tahapan, dan strategi terkait pengembangan usaha, serta persaingan bisnis dalam pengembangan usaha.

B. Definisi Pengembangan Usaha

Pengembangan adalah proses pembangunan, cara dan perbuatan. Pengembangan adalah upaya yang direncanakan organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan karyawan (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2015). Pengembangan selanjutnya difokuskan pada peningkatan pengetahuan untuk pekerjaan masa depan yang dilakukan melalui pendekatan terintegrasi dengan kegiatan modifikasi perilaku kerja lainnya (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2015).

BAB 8

KERJASAMA DALAM BERWIRAUSAHA

Oleh: Agustinar, M.E.I.

Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Langsa

A. Pendahuluan

Dalam berwirausaha manusia sering menghadapi tantangan dan kesempatan serta sering melalui masa-masa sulit. Hal ini dapat diatasi dengan adanya kerjasama yang dapat menghilangkan berbagai hambatan tersebut baik yang disebabkan oleh akibat terbatasnya pengalaman maupun cara pandang yang sempit. Dengan adanya kerjasama dalam berwirausaha para anggota kelompok akan mampu mengatasi rintangan, dapat bertanggung jawab, bertindak mandiri, mengandalkan bakat, mempercayai orang lain dan menghargai pendapat orang lain.

B. Definisi Kerjasama dalam Berwirausaha

Kerjasama adalah suatu usaha yang dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk mencapai suatu tujuan. Kerjasama ini merupakan suatu interaksi social yang sangat penting untuk dilakukan bagi keberlangsungan hidup manusia yang saling menguntungkan untuk mencapai tujuan tertentu. Kerjasama ini terjadi antara individu-individu yang mempunyai kesadaran dan kepentingan yang sama (Asikin, 2013).

Kerjasama juga dapat menghilangkan berbagai hambatan seperti hambatan mental akibat terbatasnya ruang gerak yang sempit, kesulitan modal, susahny menetapkan strategi yang bagus untuk pengembangan wirausaha.

BAB

9

PENGAMBILAN RISIKO WIRAUSAHA

Oleh: Dian Retnaningdiah, S.E., M.Si.
Dosen Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta

A. Pendahuluan

Kesuksesan seorang wirausaha adalah apabila memiliki karakteristik wirausaha yang kuat dan berkualitas. Karakteristik wirausaha meliputi kemampuan berinovasi, keberanian ambil risiko, kepemimpinan, motivasi, serta ketekunan dan pengalaman (Nursiah et al., 2017). Kualitas seorang wirausaha akan terlihat pada saat menghadapi permasalahan terkait dengan karakteristik yang melekat padanya. Apabila mampu bertahan, maka dikatakan sebagai wirausaha yang berkualitas.

Keberanian dalam pengambilan risiko merupakan salah satu karakteristik terkait dengan keberanian pengambilan keputusan. Seorang wirausaha adalah seorang yang *risk seeker*, yaitu berani mengambil risiko. Segala keputusan yang diambil disadarinya mengandung risiko dan telah dipertimbangkan sebelumnya, serta adanya keyakinan bahwa risiko yang ada merupakan tantangan yang akan membawa kepada keberhasilan.

B. Pengertian Risiko

Risiko didefinisikan sebagai suatu ketidakpastian tentang suatu keadaan yang akan terjadi kemudian, dengan pertimbangan saat ini. Risiko diartikan sebagai sesuatu yang selalu dihubungkan dengan kemungkinan terjadi sesuatu yang tidak merugikan yang tidak terduga dan tidak diharapkan (Basrowi, 2011). Kemauan dan kemampuan untuk mengambil

BAB | TANGGUNG JAWAB 10 | WIRAUSAHA

Oleh: Anna Marganingsih, S.E., M.Pd.
Dosen STKIP Persada Khatulistiwa Sintang

A. Pendahuluan

Seorang wirausaha memulai usahanya dari kecil atau bahkan mungkin dari nol, kemudian karena kegigihan dan kegesitannya, usahanya tersebut menjadi besar. Ketika usahanya semakin berkembang, usaha yang dirintisnya akan memerlukan sumberdaya yang lebih besar dan menghasilkan jangkauan output yang lebih luas pula. Hal tersebut menjadikan suatu kegiatan wirausaha sebagai entitas bisnis/ekonomi atau perusahaan yang menciptakan peluang bekerja dan meningkatkan perekonomian.

Wirausahaan dapat didefinisikan sebagai seorang inovator yang mengimplementasikan perubahan-perubahan di pasar melalui kombinasi-kombinasi dalam bentuk: (1) memperkenalkan produk baru dengan kualitas baru; (2) memperkenalkan metode produksi baru; (3) membuka pasar baru (*net market*); (4) memperoleh sumber pasokan baru dari bahan dan komponen baru; dan (5) menjalankan organisasi baru pada suatu industri. Schumpeter menjelaskan bahwa agen manusia merupakan pusat dari proses pembangunan ekonomi dan menegaskan peran penting kewirausahaan dalam teori pembangunan ekonomi (Edy, 2018).

Unit usaha merupakan kegiatan ekonomi yang didirikan oleh seorang wirausaha dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba secara terus menerus. Keuntungan ini selain untuk intern unit usaha hendaknya juga dapat dirasakan oleh lingkungannya. Lebih lanjut, selain mencari keuntungan, bisnis mempunyai tanggungjawab tertentu kepada masyarakat (Nining, 2017).

BAB

11

MEMBANGUN KEUNGGULAN KOMPETITIF

Oleh: Dr. Wheny Khristianto, S.Sos., M.AB.

Dosen Universitas Jember

A. Pendahuluan

Berdasarkan kajian ilmiah, peneliti yang memberikan perhatian pada *Resource Based Value (RBV)* berpendapat bahwa hanya sumber daya yang penting dan bermanfaat secara strategik dan yang mempunyai kompetitif harus dipandang sebagai sumber keunggulan bersaing (Barney, 1991). Mereka telah menggunakan istilah seperti *core competence* (Barney, 1991; Hammel & Prahalad, 1996), *competency* (Papp & Luftman, 1995) dan *strategic assets* (Amit & Shoemaker, 1993; Markides & Williamson, 1994). *Core competence* adalah sumber daya tingkat perusahaan yang *distinctive*, *rare*, dan *valuable* yang pesaing tidak mampu untuk meniru, mengganti atau memproduksi (Barney, 1991). Pandangan *RBV* lebih memperhatikan lingkungan internal perusahaan sebagai pengendali untuk keunggulan bersaing dan menekankan sumber daya yang dikembangkan oleh perusahaan untuk bersaing di lingkungan bisnis.

Pada perkembangan berikutnya, Industri 4.0 telah menjadi awal dari era baru umat manusia seiring dengan kemajuan teknologi yang pesat. Era ini ini telah menciptakan peluang baru yang menguntungkan bagi pemerintah, bisnis, dan individu, sepertinya mengandung masalah untuk mengintegrasikan teknologi baru yang akan datang ini dengan cepat di masyarakat untuk mempertahankan kesejahteraan ekonomi (Bal & Erkan, 2021). Industri 4.0 saat ini berkembang melampaui batas-batas industri manufaktur, mencakup transformasi digital dari setiap rantai nilai industri (Culot et al., 2020). Di era Industri 4.0 yang penuh dengan ketidakpastian ini ditemukan kenyataan bahwa keunggulan kompetitif tidak dapat

BAB 12

STRATEGI PEMASARAN DALAM BERWIRAUSAHA

Oleh: Izzah Dienillah, S.E., M.E.
Dosen STIS Abu Zairi Bondowoso

A. Pendahuluan

Setiap wirausahawan memiliki tujuan agar usahanya dapat berkembang lebih baik, oleh karena itu perlu adanya strategi pemasaran untuk mengenalkan produk yang dijual. Strategi pemasaran merupakan ujung tombak bagi wirausahawan untuk menawarkan produk dan jasa yang dimiliki, sebagai pondasi dalam menghadapi kompetisi persaingan yang ada.

Strategi pemasaran dalam berwirausaha bisa menggunakan banyak media, baik berupa *outlet display*, *marketplace*, pameran atau bazar, kemitraan dan media sosial. Dari berbagai sarana media pemasaran, media sosial merupakan yang paling efisien secara finansial, tidak berbayar dan mampu mendapatkan pelanggan baru pengguna media sosial tersebut (Widyaningrum, 2016). Perlu adanya evaluasi secara berkala pada usaha kita, sehingga strategi pemasaran yang telah kita lakukan sudah efektif dan efisien, artinya tidak akan ada pemborosan pada biaya operasional maupun biaya promosi.

B. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan beberapa rangkaian dari tujuan dan sasaran sehingga berdampak pada kebijakan yang mengarah pada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu, permasalahan-permasalahan yang ada mengingat persaingan yang selalu berubah (Assauri, 2011).

Hal yang paling mendasar dalam strategi pemasaran terletak pada tiga elemen, yaitu *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* (Kotler & Keller, 2009).

BAB 13

KEWIRAUSAHAAN DALAM KONTEKS BISNIS

Oleh: Yose Ega Mulyadi, S.E., M.M.

Dosen Politeknik ATK Yogyakarta

A. Pendahuluan

Seperti yang telah kita ketahui dan sudah pelajari dari bab-bab sebelumnya mengenai dasar-dasar kewirausahaan, penulis ingin membagikan sebuah pengalaman mengenai konsep-konsep kewirausahaan dalam menjalankan usaha baik usaha mandiri ataupun bekerja di sebuah perusahaan. Hal ini menegaskan bahwa konsep kewirausahaan bukan secara eksklusif hanya untuk individu atau kelompok yang akan memulai usaha mandiri, namun juga untuk individu atau kelompok yang saat ini sedang bekerja secara profesional.

Hal inilah yang mendasari adanya konsep *entrepreneur* dan *intrapreneur*. Setiap individu yang ingin sukses dalam berkarier, maka harus memiliki semangat kewirausahaan. Namun, sepertinya semangat saja tidaklah cukup jika belum memiliki pemahaman tentang strategi-strategi penerapan kewirausahaan tersebut dalam bisnis yang akan dijalankan.

Bab ini akan membahas banyak hal mengenai bagaimana kewirausahaan dapat diterapkan di berbagai macam bidang usaha. Individu yang mengabdikan diri sebagai *entrepreneur*, kewirausahaan tentu menjadi hal utama dalam menjalankan bisnisnya. Pun dengan yang mengabdikan diri sebagai *intrapreneur*, bukan berarti bab ini tidak cocok untuk dibaca, melainkan dapat menjadi ide-ide atau masukan-masukan dalam pekerjaan sehari-hari.

B. Memulai Usaha Baru

Ada tiga hal yang dapat kita lakukan dalam memulai usaha baru. Sebelum mencari ide usaha apa yang akan

BAB 14

ANALISIS BISNIS DAN STUDI KELAYAKAN BISNIS

Oleh: Dr. Sitti Nikmah Marzuki, S.El., M.E.
Dosen IAIN Bone

A. Pendahuluan

Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini sangat pesat, membuat persaingan semakin kompleks. Perusahaan bersaing dalam menjual produk maupun jasa semakin banyak, sehingga banyak para pengusaha menawarkan produk maupun jasanya dengan berbagai macam cara agar konsumen tertarik untuk membeli produk atau jasa yang dijual. Banyak pengusaha yang tak mampu bersaing dengan perusahaan lain karena gempuran persaingan dan semakin berkembangnya teknologi.

Jumlah penduduk Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun, menyebabkan kebutuhan masyarakat Indonesia semakin meningkat pula. Semakin meningkatnya dan kompleksnya kebutuhan tersebut, mendatangkan peluang-peluang bisnis yang dapat ditangkap oleh masyarakat Indonesia.

Semakin banyak pesaing, semakin banyak cara menarik konsumen agar tertarik membeli produk atau jasa yang dijual. Akan tetapi tidak semua cara dapat berjalan dengan lancar sehingga mengakibatkan kerugian bagi pengusaha. Banyak pengusaha yang baru berjalan tetapi tidak lama kemudian usaha tersebut gulung tikar atau bangkrut. Banyak pelaku bisnis yang hanya menginginkan keuntungan yang besar tanpa menganalisa dan memikirkan risiko-risiko yang mungkin dapat terjadi. Langkah untuk mengantisipasi sesuatu yang tidak diinginkan terjadi pada usaha, maka langkah-langkah yang harus dilakukan terlebih dahulu adalah membuat analisis bisnis sehingga para calon pengusaha dapat mengurangi risiko yang mungkin dapat terjadi pada usaha yang akan dibangun.

BAB 15

KEWIRAUSAHAAN DENGAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL

Oleh: *Annisa Retno Utami, S.E., M.SM.*
Dosen Universitas Sahid

A. Pendahuluan

Salah satu faktor yang harus dimiliki dalam menjalankan usaha adalah memiliki kreativitas dalam menghasilkan suatu ide. Selain ide pengetahuan kewirausahaan yang harus dimiliki yaitu mampu mengenal peluang dan mengidentifikasi pasar (Tshikovhi & Shambare, 2015).

Di zaman era digital saat ini, perkembangan media sosial menjadi salah satu faktor yang memberikan pengaruh dalam dunia bisnis dalam hal promosi, memberikan dan berbagi informasi. Dengan adanya perkembangan pada teknologi digital ini memberikan perubahan besar dalam pengelolaan usaha mulai dari proses memproduksi barang dan layanan sampai dengan pengantaran ke konsumen sehingga melalui media sosial pelaku usaha dapat menjaga hubungan baik dengan rantai pasokannya, selain itu media sosial dapat dijadikan sebagai katalisator bagi wirausaha dan aktivitas marketing (Azhar & Akhtar, 2020).

Media sosial mampu memberikan dampak pada kaum muda untuk menjadi pelaku wirausaha dengan melibatkan kreativitas, inovasi, dan kepemimpinan. Tanpa disadari media sosial mampu membuat seseorang untuk menjadi lebih kreatif, karena banyaknya referensi mengenai kewirausahaan yang bisa didapatkan mulai dari ide usaha hingga ide pemasaran yang menarik (Olivia & Nuringsih, 2022).

Dengan adanya media sosial dapat memberikan manfaat kepada pelaku usaha yang dapat digunakan sebagai salah satu media promosi, alat komunikasi, dan penemuan ide baru. Media sosial dapat digunakan kapan saja, dimana saja dan memberikan

TENTANG PENULIS



Afriansyah, S.Psi., S.Sos., S.P., M.Si., M.H., M.Agr., CIIQA.

Penulis merupakan putra ketiga dari enam bersaudara dari pasangan bapak Syamsu Udaya, S.H. dan Ibu Firdarisa, S.Pd., S.H., M.Pd. dilahirkan di Muara Enim, 19 April 1986. Penulis saat ini menjadi dosen tetap di Sekolah Kedinasan Kementerian Pertanian di Program Studi Teknologi Produksi Tanaman Perkebunan Jurusan Pertanian Politeknik Pembangunan Pertanian Manokwari. Riwayat pendidikan penulis, yaitu S-1 Psikologi di Universitas Muhammadiyah Malang, S-1 Ilmu Administrasi di Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Waskita Dharma Malang, S-1 Agribisnis bidang minat Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian di Universitas Terbuka, S-2 Magister Ilmu Administrasi di Universitas Islam Malang, S-2 Magister Ilmu Hukum Universitas Wisnu Wardhana Malang, S-2 Magister Ekonomi Pertanian di Universitas Tribhuwana Tungga Dewi Malang, dan saat ini fokus menyelesaikan disertasi di S-3 Sosiologi Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis aktif sebagai peneliti di bidang kepakarannya dan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan yang sedang penulis tekuni saat ini adalah menjadi koordinator Asosiasi Dosen Pengabdian kepada Masyarakat (ADPI) wilayah Papua Barat, ketua umum Komunitas Relawan Tenaga Kesejahteraan Sosial (KORTEKS) Indonesia, Sekretaris Umum Himpunan Usaha Kecil Menengah Indonesia (HIKMI) Provinsi Papua Barat, Pengurus di Radio Antar Penduduk Indonesia (RAPI) Wilayah Manokwari, Mentor Ilmuwan Muda Papua (IMP), Pengurus DPD KNPI Provinsi Papua Barat, Pengurus MUI Kabupaten Malang, serta menjadi Founder Komunitas Enterpreneur Muda Papua Barat. Selain itu, penulis aktif menjadi editor dan reviewer pada dewan redaksi di beberapa OJS. Penulis juga aktif menjadi pemakalah diberbagai kegiatan ilmiah, menjadi narasumber di Radio Republik Indonesia (RRI), serta plenary di workshop/seminar/pelatihan/ loka karya baik lokal, nasional dan internasional. Untuk

mengetahui lebih jelas tentang penulis, dapat mengunjungi di alamat:

<https://scholar.google.co.id/citations?user=eNgl39MAAAAJ&hl=id>

Email: afriansyah@polbangtanmanokwari.ac.id



Rida Ristiyana, S.E., M.Ak., CIQnR.

Penulis adalah dosen yang telah tersertifikasi sebagai dosen profesional. Ia adalah dosen tetap pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Syekh-Yusuf (UNIS) Tangerang. Ia menyelesaikan Pendidikan S-1 Akuntansi di Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang pada tahun 2013 dan menyelesaikan Pendidikan S-2 Akuntansi di Universitas Mercu Buana (UMB) Jakarta pada tahun 2016. Pada 2 pendidikan tersebut memperoleh predikat Cumlaude. Pada 2021 telah menyelesaikan sertifikasi profesi peneliti. Penulis memiliki kepakaran di bidang akuntansi, pajak, keuangan. Untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti di bidang kepakarannya dan hasil penelitian telah didanai oleh internal perguruan tinggi serta dipublikasikan pada jurnal-jurnal terakreditasi. Selain itu, penulis juga menjadi reviewer pada dewan redaksi di beberapa OJS. Penulis juga aktif menjadi pemakalah di berbagai kegiatan ilmiah dan menjadi narasumber pada workshop/seminar/loka karya tertentu. Di sisi lain, penulis aktif dalam menulis buku dengan harapan memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang nantinya dapat menjadi ilmu jariah dan ladang pahala demi mencerdaskan anak bangsa.

Email: rristiyana@unis.ac.id



Reza Widhar Pahlevi, S.E., M.M., CSA.

Penulis merupakan Dosen Prodi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta. Mengajar pada beberapa PTS di Yogyakarta. Penulis juga sedang menempuh Studi S3 Program Doktorat Perekonomian Islam dan Industri Halal Universitas

Gadjah Mada. Penulis aktif publikasi pada Jurnal Internasional Bereputasi maupun Jurnal Nasional. Beberapa buku yang penulis telah hasilkan, di antaranya Corporate Governance: Konsep dan Pengalaman; Tata Kelola Perspektif Islam; Literasi Akuntansi Dan Perpajakan Sebagai Keunggulan Bersaing UKM; dan Islamic Corporate Governance: Konsep Dasar dan Implementasi Nilai-nilai Syariah. Selain itu, penulis juga aktif sebagai reviewer dan editor jurnal.

Email: rezawidharp@gmail.com



Mas Nur Mukmin, S.E., M.Ak.

Lahir di Australia, 15 Maret 1991. Menyelesaikan jenjang pendidikan dasar di SD Insan Kamil dan Mts Al-Falak pada Tahun 2002 dan Tahun 2005. Pendidikan menengah diselesaikan di SMA Negeri 9 Kota Bogor pada Tahun 2008. Menyelesaikan studi S1 di Universitas Djuanda Program Studi Akuntansi dan S2 di Universitas Trisakti Program Studi Magister Akuntansi pada Tahun 2012 dan 2015. Penulis merupakan lulusan Program Beasiswa Pendidikan Kader Dakwah Universitas Djuanda. Memulai jenjang karir sebagai Dosen Program Studi Akuntansi Universitas Djuanda pada tahun 2015 dengan beragam jabatan struktural pada tingkat Universitas seperti: Kepala Biro Akuntansi dan Keuangan, Kepala Biro Perencanaan dan Pengembangan Institusi, Kepala Bidang Kerjasama dan Urusan Internasional. Saat ini menjabat sebagai Kepala Pelayanan Urusan Internasional, Sekretaris Unida Writing Center dan Wakil Bendahara Yayasan Pusat Studi Pengembangan Islam Amaliah Indonesia. Aktif dalam melaksanakan Tri Darma Perguruan Tinggi dengan berbagai hibah penelitian dan pengabdian kepada masyarakat dari Pemerintah, serta beragam publikasi nasional dan internasional bereputasi. Berperan aktif dalam pertemuan ilmiah baik di tingkat nasional dan internasional. Penulis telah menulis buku Investasi Sektor Publik pada tahun 2020. Penulis juga aktif sebagai konsultan akuntansi dan keuangan baik untuk instansi pemerintah maupun swasta. Penulis baru saja

menyelesaikan sertifikasi kompetensi teknisi akuntansi ahli pada Oktober 2021.

Email: mas.nur.mukmin@unida.ac.id



Retno Kurnianingsih, S.E., M.Si.

Penulis merupakan Dosen Akuntansi pada Program Studi Akuntansi Universitas Cokroaminoto Yogyakarta sejak tahun 2002. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Penulis juga merupakan pelaku UMKM.

Email: retnokurnianing84@gmail.com



Indah Kurniawati, S.E., M.Si.

Penulis merupakan Dosen Akuntansi pada Program Studi Akuntansi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta sejak tahun 2000. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian untuk meningkatkan kinerja dosen. Penulis juga merupakan praktisi/*business owner* di Sani'04 (Produsen Mukena Traveling) dan CHC'20 (*Cheese Hot Chicken*) di Yogyakarta. Penulis merupakan Ketua IWAPI (Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia) Kota Yogyakarta periode 2022 -2027. Selain itu, penulis juga aktif sebagai pembicara/narasumber di bidang kewirausahaan. Beberapa HAKI dan sertifikat BNSP sebagai pendamping UMKM sudah dimilikinya.

Email: indah.kurniawati@act.uad.ac.id



Prasetio Ariwibowo, S.MB., M.M., Ph.D.

Penulis merupakan Dosen Manajemen Produksi, Sejarah Pemikiran Ekonomi, Aplikasi Kewirausahaan dan Kewirausahaan pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI Jakarta sejak tahun 2014 hingga sekarang.

Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen. Selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya dari jenjang S-1 hingga jenjang S-3 Doktoral. Penulis juga merupakan konsultan usaha di perusahaan nasional baik di tingkat UMKM. Beberapa buku yang penulis telah hasilkan, di antaranya Pengaturan PENGELOLAAN KEUANGAN PERUSAHAAN: Implementasi Strategi dalam Keputusan Pendanaan dan Pengendalian Keuangan, Manajemen Produksi, dan Sejarah Pemikiran Ekonomi. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional.

Email: wibowoprasatio648@gmail.com



Agustinar, M.E.I.

Penulis merupakan Dosen Ekonomi Manajerial pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti

berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Beberapa buku yang penulis telah hasilkan, di antaranya Minat Berwirausaha Mahasiswa, Hukum Cambuk dalam Kacamata Masyarakat Aceh, dan Zakat sebagai Solusi Pengentasan Kemiskinan. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional.

Email: agustinar@iainlangsa.ac.id



Dian Retnaningdiah, S.E., M.Si.

Penulis merupakan Dosen manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta. Pendidikan jenjang S1 diperoleh di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta tahun 1987 dan lulus tahun 1992 pada bidang Manajemen. Jenjang S2 ditempuh di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta tahun 1995 dan lulus tahun 1998 pada Program Studi Magister Sains Manajemen. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Tulisan yang dibuat dalam bentuk *book chapter* sebelumnya adalah berjudul "Mengetahui Lebih Dekat Ekonomi Syariah". Penulis saat ini diamanahi sebagai pengawas pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah Bank Wakaf Mikro (LKMS-BWM) Usaha Mandiri Sakinah (UNISA), Sleman DIY. Penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di beberapa jurnal nasional maupun internasional, dan juga sebagai reviewer pada jurnal nasional dan internasional.

Email: dianretnaningdiah@unisayogya.ac.id



Anna Marganingsih, S.E., M.Pd.

Penulis merupakan Dosen pada Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP Persada Khatulistiwa Sintang sejak tahun 2007 mengampu mata kuliah Kewirausahaan, Pengantar Akuntansi dan Matematika Ekonomi. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Penulis juga merupakan anggota Tim Ahli Penilai AMDAL di Kabupaten Sintang. Buku

yang pernah dihasilkan penulis adalah Pemberdayaan Masyarakat; Konsep dan Strategi dan Psikologi Pembelajaran. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional. Penulis juga aktif menjadi pemakalah diberbagai kegiatan.

Email: marganingsihanna111@gmail.com



Dr. Wheny Khristianto, S.Sos., M.A.B.

Penulis merupakan dosen pada Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Lampung (2001-2013) dan Universitas Jember (2014-sekarang), mengampu mata kuliah Inovasi Pemasaran, Kebijakan dan Strategi Pemasaran, Sistem Informasi Manajemen Bisnis. Tahun 2016 mendapatkan kesempatan melakukan *non-degree training* pada bidang Entrepreneurship and SMEs di Dr. Werner Jackstädt Centre for Entrepreneurship and SMEs, Flensburg University of Applied Science, Jerman. Sebagai akademisi, penulis aktif juga dalam kegiatan organisasi antara lain: (1) Association of Indonesian Professional for Small and Medium-sized Enterprises (AIPSE), Jerman pada tahun 2005-2007, (2) Dewan Pakar Innovation Leader (INALEAD) Jawa Timur mulai 2021 sampai sekarang. Beberapa sertifikat kompetensi yang diperoleh antara lain: (1) Sertifikat Pendidik sebagai Dosen, (2) Sertifikat Pelatihan Tour Consultant, (3) Sertifikat Pelatihan Impact Innovation Incubator dan Social Enterprises Bootcamp dari Social Innovation Hub Indonesia (SayHI). Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional. Penulis juga aktif menjadi pemakalah diberbagai kegiatan dan menjadi narasumber pada workshop/seminar/lokakarya tertentu.

Email: wheny.fisip@unej.ac.id; wheny.khristianto@gmail.com



Izzah Dienillah, S.E., M.E.

Penulis lahir di Bondowoso, tanggal 24 Maret 1994. Menyelesaikan pendidikan S1 program studi Ekonomi Syariah di Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo, kemudian melanjutkan jenjang magister Ekonomi Syariah di Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang. Sejak tahun 2021 menjadi dosen Ekonomi Syariah pada program studi Ekonomi Syari'ah Sekolah Tinggi Ilmu Syari'ah (STIS) Abu Zairi Tlogosari Bondowoso. Sebagai seorang yang mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya dibidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di jurnal.

Email: izzahdienillah8780@gmail.com



Yose Ega Mulyadi, S.E., M.M.

Penulis merupakan seorang dosen luar biasa untuk mata kuliah kewirausahaan pada program studi Teknologi Penyamakan Kulit Politeknik ATK Yogyakarta. Selain aktif mengajar sebagai dosen luar biasa, penulis juga masih aktif bekerja sebagai *general manager* PT Karyawiyosa Abadi yang bergerak di bidang distribusi dan agen tunggal kimia untuk industri tekstil dan penyamakan kulit sejak tahun 2011 hingga saat ini. Dalam perusahaan tersebut, penulis aktif bekerja sebagai generasi kedua perusahaan keluarga. Selain itu, penulis juga aktif menjalankan beberapa usaha seperti sewa mainan anak, F&B dan *Fashion*.

Email: yozhe.marketing@gmail.com



Dr. Sitti Nikmah Marzuki, S.El., M.E.

Penulis merupakan Dosen Ekonomi Syariah pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bone sejak tahun 2011. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain

pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Penulis juga merupakan praktisi bisnis di salah satu perusahaan multi level marketing. Beberapa buku yang telah dihasilkan, di antaranya Dasar-dasar Ekonomi Syariah, Pengantar Ekonomi Syariah, Fintech dalam Keuangan Islam. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional. Penulis juga aktif menjadi pemakalah diberbagai kegiatan dan menjadi narasumber pada workshop/seminar/lokakarya tertentu. Email: nikmah.marzuki@gmail.com



Annisa Retno Utami, S.E., M.SM.

Penulis merupakan Dosen Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Sahid sejak tahun 2016. Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Sahid, dan gelar Magister Sains Manajemen dari Universitas Padjadjaran. Penulis sebagai Kapus. Publikasi Ilmiah di LPPM Universitas Sahid. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional. Penulis juga aktif menjadi pemakalah diberbagai kegiatan dan menjadi narasumber pada workshop/seminar/lokakarya tertentu khususnya di bidang Manajemen Pemasaran dan Digital Marketing.

Email: annisa_utami@usahid.ac.id