LA ODE SYARFAN, S.E., M.Si

DASAR-DASAR KEWIRAUSAHAAN

Editor :
PROF. DR. H. SUFIAN HAMIM, M.Si

BUKU REFERENSI

DASAR-DASAR KEWIRAUSAHAAN

Seorang pebisnis dikatakan hebat jika dia mampu mengubah yang tidak berguna menjadi berguna, dia mampu mengubah debu menjadi emas, dia mampu merubah tanah tandus menjadi tanah yang subur, ingat usaha dan keberanian tidak cukup tanpa adanya tujuan dan arah perencanaan dan investasi yang paling penting adalah investasi yang bisa kamu lakukan untuk dirimu sendiri.

Buku referensi ini menawarkan kepada para pembaca khususnya kepada para mahasiswa untuk melihat dunia usaha kewirausahaan sebagai suatu peluang emas untuk mencapai kesuksesan atau pun kualitas hidup secara menyeluruh. Melalui buku referensi kewirausahaan ini diharapkan para generasi muda tertarik dan bersedia untuk menggeluti dunia kewirausahaan khususnya usaha mikro kecil dan menengah.

Adapun materi yang dibahas dalam buku referensi ini adalah :

Bab 1. Konsep Dasar Dan Motivasi Berwirausaha
Bab 2. Pengertian, Manfaat, Fungsi Dan Prinsip Berwirausaha
Bab 3. Strategi Menangkap Peluang Usaha
Bab 4. Membangun Ide Kreatif Dan Inovatif
Bab 5. Kepemimpinan Dan Pengambilan Keputusan
Bab 6. Strategi Mencapai Keunggulan Bersaing
Bab 7. Merintis Bisnis Baru Atau Membeli Bisnis Yang Sudah Ada
Bab 8. Kesempatan Usaha Waralaba
Bab 9. Proses Suksesi Usaha Waralaba
Bab 10. Pengembangan Rencana Pemasaran
Bab 11. Memilih Lokasi Dan Merencanakan Fasilitas Usaha
Bab 12. Mencari Sumber-Sumber Pendanaan Usaha
Bab 13. Peranan Rencana Bisnis Dalam Kewirausahaan
Bab 14. Etika Berwirausaha

Tentang Penulis

Nama Saya La Ode Syarfan, lahir di pulau Buton Propinsi Sulawesi Tenggara tepatnya di kota Bau–Bau pada tanggal 11 April 1972. Saya menamatkan Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama dan Sekolah Menengah Atas di kota kelahiran saya. Meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E) jurusan Akuntansi pada tahun 1997 di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Pendidikan Keuangan dan Perbankan (STIE YPKP) Bandung. Selanjutnya pada tahun 1998 melanjutkan kuliah di Universitas Padjadjaran (Unpad) Bandung pada Program Studi Ekonomi Akuntansi dan pada tahun 2001 meraih gelar Magister Akuntansi.

Sejak tahun 2002 sampai dengan tahun 2005 saya aktif mengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Lancang Kuning (Unilak). Sejak tahun 2008 sampai sekarang di angkat menjadi Dosen Tetap pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (Fisipol) Universitas Islam Riau.

Mata kuliah yang sering saya ajarkan kepada mahasiswa adalah Pengantar Akuntansi I dan II, Pengantar Statistik, Akuntansi Biaya, Perpajakan, Keuangan Bisnis, Pengantar Ilmu Ekonomi dan Kewirausahaan.

Pada tahun 2004 sampai tahun 2012 pernah menjabat Sebagai Ketua Program Studi Administrasi Bisnis, Tahun 2012-2016 Menjabat sebagai Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi, Tahun 2016-2020 menjabat lagi sebagai Ketua Program Studi Administrasi Bisnis, tahun 2020 sampai dengan tahun 2024 menjabat sebagai Ketua Program Studi Administrasi Perkantoran.

eureka media aksara
Anggota IKAPI
No. 225/JTE/2021

0858 5343 1992
eurekamediaaksara@gmail.com
Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362

ISBN 978-623-487-564-5
9 786234 875645

DASAR-DASAR KEWIRAUSAHAAN

La Ode Syarfan, S.E., M.Si

PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA

DASAR-DASAR KEWIRAUSAHAAN

Penulis : La Ode Syarfan, S.E., M.Si.

Editor : Prof. DR. H. Sufian Hamim, M.Si.

Desain Sampul : Eri Setiawan

Tata Letak : Via Maria Ulfah

ISBN : 978-623-487-564-5

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, JANUARI 2023**
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 : 2023

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.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah Swt atas segala Rahmat dan Hidayahnya kepada kita semua, serta tidak lupa shalawat dan sallam kita kirimkan kepada junjunan Nabi Besar Muhammad Saw, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan buku ajar ini yang berjudul Dasar-Dasar Kewirausahaan.

Buku panduan Dasar-Dasar Kewirausahaan ini merupakan kumpulan materi kuliah dan bahan ajar selama penulis menjadi staf pengajar mata kuliah dasar-dasar kewirausahaan di berbagai fakultas dan program studi ditempat penulis bekerja. Saya mohon ijin, mohon maaf dan berterima kasih kepada Bapak Ibu semua yang tulisan-tulisannya saya gunakan sebagai Buku Ajar untuk mata kuliah Dasar-Dasar Kewirausahaan.

Selanjutnya saya mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penulisan buku ini dari awal hingga akhir. Setelah mempelajari buku ini diharapkan kepada para pembaca khususnya mahasiswa/i yang mengambil mata kuliah Dasar-Dasar Kewirausahaan mendapatkan manfaat yang sebesar - besarnya sehingga dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Ibu dan para Penulis lainnya yang mana tulisan tulisannya penulis jadikan karya menjadi sebuah buku ajar untuk mata kuliah kewirausahaan baik dalam bentuk buku, jurnal, dan sumber lainnya yang penulis jadikan sebagai sumber referensi yang membantu penulis dalam memahami lebih dalam tentang Dasar-Dasar Kewirauasahaan.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya semoga apa yang telah kita kerjakan mendapat balasan dari Allah Swt. Selanjutnya penulis mohon maaf jika dalam penulisan buku ini ada sumber-sumber atau kutipan yang terlewatkan atau yang penulis tidak sebutkan, kiranya semua itu bukan sesuatu yang disengaja namun merupakan suatu bentuk ke khilafan penulis

sebagai manusia biasa yang penuh dengan keterbatasan, serba kekurangan dan masih harus terus belajar.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan buku ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca guna penyempurnaan buku ajar ini. Demikian yang dapat penulis sampaikan dan atas perhatiannya penulis mengucapkan terima kasih.

Pekanbaru, 20 Desember 2022
Penulis,

La Ode Syarfan, SE., M.Si.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI v
BAB 1 KONSEP DASAR DAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA 1
A. Sembilan Rahasia Motivasi yang Harus dimiliki oleh Seorang Pengusaha 2
B. Berwirausaha 11
C. Kompetensi Seorang Wirausahawan 15
BAB 2 PENGERTIAN, MANFAAT, FUNGSI DAN PRINSIP BERKEWIRAUSAHAAN 17
A. Pengertian Enterpreneurship 17
B. Fungsi Wirausaha 26
C. Perlunya Belajar Kewirausahaan 35
D. Memelihara Pertumbuhan dan Perkembangan Pribadi 35
E. 15 (Lima Belas) Manfaat Kewirausahaan bagi Mahasiswa 37
F. Berpikir Kritis 43
G. Manfaat Wirausaha Bagi Masyarakat 43
BAB 3 STRATEGI MENANGKAP PELUANG USAHA 45
A. Ada 5 (Lima) Cara atau Strategi yang Tepat untuk Menangkap Peluang Usaha 45
1. Cara Menangkap Peluang Usaha dengan Jeli 48
2. Defenisi Menangkap Peluang Usaha? 49
3. Kapan Peluang Usaha Itu Muncul? 49
4. Bagaimana Cara Menangkap Peluang Usaha? 50
5. Cara Menangkap Peluang Usaha yang Menjanjikan 53
BAB 4 MEMBANGUN IDE KREATIF DAN INOVATIF 56
A. Beberapa Cara Untuk Menumbuhkan Ide Kreativitas dan Inovasi yaitu: 56
B. Faktor-Faktor yang Mendorong Seseorang untuk Berwirausaha 62
C. Kreatif dan Inovatif dalam Berwirausaha 66

D. Sumber Daya Manusia yang Kreatif, Inovatif dan Produktif 77
E. 7 (Tujuh) Cara Meningkatkan Kreativitas dalam Berbisnis 83
BAB 5 KEPEMIMPINAN DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN 90
A. Definisi Kepemimpinan 90
B. Proses Pengambilan Keputusan, Pengertian dan Tujuan 100
C. Penjelasan Umum Pengambilan Keputusan 101
D. Enam Dasar Pengambilan Keputusan 102
E. Tujuan Pengambilan Keputusan 105
F. Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan 105
G. Faktor yang Menyebabkan Bias Pengambilan Keputusan 107
H. Proses Pengambilan Keputusan 109
I. 10 (Sepuluh) Hal yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan dalam Membangun Bisnis 110
BAB 6 STRATEGI MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING 116
A. Pendahuluan 116
B. Analisis Lingkungan Eksternal 120
C. Analisis Lingkungan Industri 122
D. Faktor-Faktor Utama untuk Mengimbangi Daya Saing Pasar 122
E. Strategi Menangkap Peluang 123
F. Keunggulan Kompetitif: Pengertian, Fungsi, Strategi, Analisa dan Alat Ukurnya 125
G. Cara Menciptakan Keunggulan Kompetitif Melalui Strategi Bersaing 137
H. Apa yang Dimaksud dengan Strategi Bersaing? 138
I. Jenis-Jenis Strategi Bersaing 139
J. Bagaimana Cara Menciptakan Keunggulan Kompetitif? 140
K. Tips Meningkatkan Strategi Bersaing yang Tepat dalam Bisnis 143

BAB 7 MERINTIS BISNIS BARU ATAU MEMBELI BISNIS YANG SUDAH ADA 153
A. Memulai Bisnis Baru atau Membeli Bisnis, Pilih Mana? 153
B. 5 (Lima) Hal yang Harus Dihindari Sebagai Pebisnis Pemula! 160
C. Cara Sederhana Tapi Kuat yang Perlu DiLakukan Agar Bisnis Dapat bertahan Menghadapi Persaingan 162
D. 3 (Tiga) Pertanyaan tentang Memulai Bisnis 164
BAB 8 KESEMPATAN USAHA WARALABA 167
A. Pendahuluan 167
B. Tips Sukses Menjalankan Bisnis Waralaba dengan Modal Kecil 176
C. Waralaba Sosial 181
D. 8 (Delapan) Keuntungan Bisnis Franchise untuk Franchisor 182
E. 8 (Delapan) Keuntungan Bisnis Waralaba untuk Franchisee 183
F. Bisnis Waralaba Menurut Finansialku 183
G. Keuntungan Berbisnis *Franchise* bagi *Franchisor* 184
H. Manfaat Berbisnis Franchise 186
I. Bisnis Waralaba Diharapkan Dapat Mendorong Pertumbuhan Ekonomi 190
J. Trik Beli Bisnis Pola Waralaba 191
K. Baris Baru Menciptakan Usaha yang Solid dan Menguntungkan 195
L. Membangun Merek yang Kuat 196
M. Tips Mengenal Hasil Investasi 197
N. Apa beda Waralaba dengan *Business Opportunity*? 200
O. Perbedaan *Franchise,* Lisensi dan *Business Opportunity* (BO) 206
P. Menyusun Perjanjian Waralaba yang Menarik 210
BAB 9 PROSES SUKSESI USAHA KELUARGA 212
A. Pendahuluan 212
B. 4 (Empat) Cara Atasi Permasalahan dalam Bisnis Keluarga 215

C. Ada 5 (Lima) Problem Utama Bisnis Keluarga dan Berdampak pada Finansial 217
D. Apa itu Suksesi Bisnis 219
E. 8 (Delapan) Langkah Penting dalam *Succession Planning* Perusahaan 219
BAB 10 PENGEMBANGAN RENCANA PEMASARAN 225
A. Pendahuluan 225
B. Manfaat *Marketing Plan* Bagi Sebuah Bisnis 229
C. Rencana Pemasaran dan Strategi Mengembangkan Rencana Pemasaran Bisnis 230
D. Strategi Pemasaran dan Perencanaan Pemasaran 230
E. Strategi Mengembangkan Rencana Pemasaran Bisnis 231
F. 8 (Delapan) Langkah-Langkah dalam Proses Perencanaan Pemasaran 233
G. Tips Mengembangkan Rencana Pemasaran untuk Mencapai Penjualan yang Maksimal 236
H. Pengertian Strategi Pemasaran 237
I. Perencanaan Pemasaran 241
J. Langkah-Langkah Rencana Pemasaran. 244
BAB 11 MEMILIH LOKASI DAN MERENCANAKAN FASILITAS USAHA 245
A. Enam Faktor Kunci Memilih Lokasi Usaha yang Ideal 245
B. Faktor-Faktor yang Perlu Diperhatikan Dalam Memilih Lokasi Usaha 253
C. 7 (Tujuh) Keuntungan Memiliki Tempat Usaha Strategis 254
D. Keuntungan Memiliki Tempat Usaha Strategis 255
E. Manfaat Penting Lokasi Strategi 257
F. Mengapa Pemilihan Lokasi Bisnis Sangat Penting? ... 264
G. Mengapa Pemilihan Lokasi Bisnis Sangat Penting? ... 264
BAB 12 MENCARI SUMBER SUMBER PENDANAAN USAHA 273
A. Pendahuluan 273

B. 10 (sepuluh) Pilihan Sumber Dana Untuk Modal Usaha 273
D. Macam- Macam Sumber Dana untuk Modal Usaha .. 280
E. 11 (Sebelas) Tips Cara Mudah Mencari dan Mendapatkan Modal Usaha untuk Bisnis 281
F. 5 (Lima) Sumber Modal Usaha yang Perlu Anda Ketahui 285
BAB 13 PERANAN RENCANA BISNIS DALAM KEWIRAUSAHAAN 288
A. Pendahuluan 288
B. Hal yang Perlu Diperhatikan dalam Membuat *Business Plan* 289
C. Pentingnya Membuat *Bisnis Plan* untuk Memulai Suatu Bisnis 291
D. Pengertian Rencana Bisnis atau *Business Plan*? 291
E. Beberapa Alasan Pentingnya Membuat Rencana Bisnis 291
BAB 14 ETIKA BERWIRAUSAHA 293
A. Pengertian 293
B. Pengertian dan Peran Etika dalam Berwirausaha 297
DAFTAR PUSTAKA 309
TENTANG PENULIS 316

BUKU REFERENSI

DASAR-DASAR KEWIRAUSAHAAN

BAB 1

KONSEP DASAR DAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA

Kebutuhan semakin meningkat seiring bertambahnya usia, apalagi jika sudah berumah-tangga. Secara umum ada 3 jenis kebutuhan dalam hidup manusia yaitu ***kebutuhan primer*** yaitu kebutuhan pertama yang harus dipenuhi agar kehidupannya layak, ***kebutuhan sekunder*** adalah kebutuhan yang muncul setelah kebutuhan primer, sedangkan ***kebutuhan tersier*** adalah kebutuhan setelah kebutuhan sekunder dan kebutuhan primer terpenuhi. Manusia selalu berusaha untuk mewujudkannya. Salah satu cara mendapatkan income atau pendapatan untuk memenuhi semua kebutuhan adalah dengan berwirausaha.

Pada dasarnya jika ada skill dan kemauan, maka setiap orang dapat berwirausaha. Mahasiswa, ibu rumah tangga, dan lain-lain bisa berwirausaha sesuai dengan minat, bakat dan peluang. Semua akan mudah terealisasi jika seseorang memiliki motivasi untuk berwirausaha.

Berdasarkan pengamatan dan beberapa literature mengatakan bahwa ***motivasi*** merupakan suatu rangsangan dan semangat yang dapat mendorong seseorang untuk melakukan suatu kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan ***kewirausahaan*** adalah proses penerapan inovasi dan kreatifitas dalam penemuan peluang usaha yang dilakukan dengan semangat dan keberanian mengambil resiko. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ***motivasi kewirausahaan*** adalah suatu rangsangan yang dapat mendorong seseorang untuk melakukan suatu usaha, yang dilakukan dengan penuh semangat, kreatif,

BAB 2 PENGERTIAN, MANFAAT, FUNGSI DAN PRINSIP BERKEWIRAUSAHAAN

A. Pengertian Enterpreneurship

Kewirausahaan berasal dari bahasa kata "**Entrepreneur**". Dari bahasa Perancis "**Entreprende**" yang artinya petualan, pengambil risiko, kontraktor. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia sama dengan wiraswasta yakni orang yang padai atau memiliki bakat mengetahui produk baru, menetapkan cara produksi baru, merancang operasi untuk membuat produk baru, memasarkan dan mengatur permodalan operasinya.

Secara umum kewirausahaan ialah kemampuan seorang manajer risiko *(risk manager)* yang menuju pada ilmu/sikap mental/jiwa yang ada pada wirausaha untuk menjadikan sumber daya yang ada dengan beberapa perpaduan ide kreatif, inovatif, dan original yang seluruhnya dikemas dalam visi untuk dijadikan suatu peluang yang outputnya adalah membawa keuntungan untuk dirinya dan orang lain yang terlibat dengannya.

Menurut lampiran Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengguna Kecil No.961/KEP/M/XI/1995 menjelaskan tentang pengertian wirausaha dan kewirausahaan, yakni:

- **Wirausaha** yaitu orang yang mempunyai sikap, perilaku, semangat tinggi serta kemampuan kewirausahaan.
- **Kewirausahaan** yaitu sikap, perilaku, semangat, dan kemampuan seorang yang bertanggung jawab pada usaha yang menuju pada usaha dalam mencari, mewujudkan dan mengaplikasikan yang mencakup kepada cara kerja,

BAB 3 | STRATEGI MENANGKAP PELUANG USAHA

A. Ada 5 (Lima) Cara atau Strategi yang Tepat untuk Menangkap Peluang Usaha

1. Melakukan Riset Bisnis dan Produk.
2. Menyerap Ide dari Masalah Orang lain.
3. Belajar dari Kesuksesan Bisnis Orang lain.
4. Belajar dari Kelemahan Pesaing.
5. Mengikuti Perkembangan Tren.

Selain itu ada juga lima cara tepat menangkap peluang usaha. Peluang usaha adalah hal penting yang perlu dimaksimalkan seorang pengusaha ketika ingin merintis sebuah bisnis.

Peluang usaha adalah suatu ide yang menarik untuk menjadi bisnis yang kemungkinan dapat memberikan keuntungan. Peluang usaha merupakan hal penting dan perlu dimaksimalkan ketika seseorang ingin merintis sebuah usaha. Untuk menangkap sebuah peluang usaha, seorang pengusaha harus melakukan berbagai cara. Cara-cara tersebut perlu diperhatikan agar dapat mencapai tujuan dari usaha bisnis yang didirikan.

Apa saja cara yang bisa dilakukan seorang pengusaha untuk menangkap peluang usaha? Untuk mengetahui jawabannya, simak penjelasan berikut ini.

Menurut Dr. M. Anang Firmansyah, SE., MM. dan Anita Roosmawarni, SE., M. SE dalam buku *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep),* peluang usaha merupakan situasi ketika orang memungkinkan menciptakan pola pikir baru dalam rangka

BAB 4

MEMBANGUN IDE KREATIF DAN INOVATIF

A. Beberapa Cara Untuk Menumbuhkan Ide Kreativitas dan Inovasi yaitu:

1. Peluang dan kesempatan. Kita harus bisa mengamati setiap peluang dan kesempatan di sekitar.
2. Tumbuhkan rasa ingin tahu. Memiliki keingintahuan yang tinggi, dapat meningkatkan pengetahuan maupun bakat yang baru.
3. Membuka jaringan yang luas.
4. Berani.
5. Berfikir positif.

Kreativitas dan inovasi merupakan dua aspek yang paling penting dalam meningkatkan kesuksesan karier. Kreativitas dan inovasi dapat memberikan ide-ide segar, yang belum pernah ditemukan sebelumnya.

Selain itu, dapat memberikan solusi efektif terhadap permasalahan yang sedang dihadapi, dan dapat menerima perbedaan sudut pandang baik dari atasan, kolega, maupun dari orang sekitar. Tak heran, jika kreativitas dan inovasi dapat meningkatkan karier, karena kreativitas dan inovasi merupakan ide yang besar, yang bisa muncul dari ide-ide yang kecil.

Namun, bagi sebagian orang, bahwa ide-ide kecil ini berakhir begitu saja tanpa rencana untuk dimanifestasikan. Pada dasarnya, dengan cara sederhana untuk merealisasikan ide-ide "kecil" maka akan mengubahnya menjadi cetusan inovasi dan kreativitas.

BAB 5

KEPEMIMPINAN DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN

Pengambilan keputusan adalah suatu proses memilih alternatif terbaik dari serangkaian alternatif keputusan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Setiap pemimpin dalam proses kepemimpinannya akan selalu dihadapkan pada persoalan untuk mengambil suatu keputusan.

A. Definisi Kepemimpinan

Menurut arti secara harfiah, pimpin berarti bimbing. Memimpin berarti membimbing atau menuntun. Pemimpin merupakan orang yang memimpin ataupun seorang yang menggunakan wewenang serta mengarahkan bawahannya guna mengerjakan pekerjaan mereka untuk mencapai tujuan tertentu dari organisasi. Seperti manajemen, Kepemimpinan ***(leadership)*** telah didefinisikan dengan berbagai cara yang berbeda oleh berbagai orang yang berbeda pula.

Beberapa definisi Kepemimpinan menurut para ahli yaitu:

1. **Menurut Stoner, (1996: 161)** menyatakan bahwa kepemimpinan adalah proses mengarahkan dan mempengaruhi aktifitas yang berkaitan dengan pekerjaan dari anggota kelompok.
2. **Menurut Wahjosumidjo (1999: 79)** bahwa seorang pemimpin memiliki kecerdasan, pertanggung jawaban, sehat dan memiliki sifat sifat antara lain Dewasa, keleluasaan hubungan sosial, motivasi diri dan dorongan prestasi serta sikap hubungan kerja kemanusiaan. Sebaliknya dalam realitas sosial modern, juga dikenal

BAB 6

STRATEGI MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING

A. Pendahuluan

Strategi adalah suatu rencana aksi yang menyelaraskan sumber-sumber dan komitmen organisasi untuk mencapai kinerja unggul. Keunggulan bersaing / kompetitif adalah suatu manfaat yang ketika suatu perusahaan mempunyai dan menghasilkan suatu produk dan atau jasa yang dilihat dari pasar targetnya lebih baik dibandingkan dengan para kompetitif terdekat.

1. Berbagai Unsur Dasar untuk Mencapai Keunggulan Bersaing

Untuk mencapai keunggulan bersaing, seorang wirausahaan harus mampu mengenali berbagai unsur dasar untuk mencapai keunggulan bersaing, yakni sebagai berikut:

a. Haga atau Nilai

Seorang pengusaha yang mampu menghasilkan produk atau jasa rendah biaya sehingga strategi dalam menetapkan harga (tidak terlalu tinggi dibandingkan dengan produk/jasa pesaing). Jika mampu dapat ditambahkan bahwa produk atau jasa memiliki nilai (bernilai) lebih dibandingkan dengan nilai produk atau jasa pesaing.

Dengan demikian, produk/jasa kita memiliki keunggulan dari segi harga dan nilai. Pelanggan yang sensitive terhadap harga, biasanya selisih harga harga Rp.1000 saja dengan produk atau jasa pesaing akan

BAB 7

MERINTIS BISNIS BARU ATAU MEMBELI BISNIS YANG SUDAH ADA

A. Memulai Bisnis Baru atau Membeli Bisnis, Pilih Mana?

Banyak orang berpikir untuk memulai bisnis dari awal, mengembangkan ide sendiri, dan membangun perusahaan dari bawah ke atas. Tetapi mulai dari awal menyajikan, ada beberapa kerugian yang berbeda, termasuk kesulitan membangun basis pelanggan, memasarkan bisnis baru, mempekerjakan karyawan dan membangun arus kas.

Nah, jika kita khawatir tentang kesulitan dalam memulai bisnis dari nol, mungkin kita dapat memutuskan untuk membeli bisnis yang sudah ada. Ketika kita membeli bisnis, maka kita mengambil alih operasi yang sudah menghasilkan arus kas dan laba. Keuntungannya, kita sudah memiliki basis pelanggan dan reputasi yang mapan serta karyawan yang akrab dengan semua aspek bisnis. Kitapun tidak perlu lagi menyiapkan prosedur, sistem, dan kebijakan baru, karena formula yang sukses untuk menjalankan bisnis telah diberlakukan.

Para bankir dan investor juga umumnya merasa lebih nyaman berurusan dengan bisnis yang sudah memiliki rekam jejak yang terbukti. Selain itu, membeli bisnis dapat memberi kita hak hukum yang berharga, seperti paten atau hak cipta, yang terbukti sangat menguntungkan. Namun, pada sisi negatifnya, membeli bisnis seringkali lebih mahal daripada memulai dari awal. Jika kita tidak berhati-hati, maka kita bisa terjebak dengan inventaris usang, karyawan yang tidak kooperatif, atau metode distribusi yang ketinggalan zaman.

BAB 8

KESEMPATAN USAHA WARALABA

A. Pendahuluan

Pada Pasal 2 Permendag disebutkan bahwa waralaba harus memenuhi beberapa kriteria diantaranya: Usaha harus memiliki ciri khas usaha. Usaha terbukti sudah memberi keuntungan dan memiliki pengalaman setidaknya 5 tahun serta memiliki kiat bisnis untuk mengatasi persoalan usaha. Bisnis waralaba biasanya memiliki peluang sukses yang lebih cepat karena liputan media yang baik dan juga sudah memiliki pasar dan konsumen yang setia.

Biaya modal yang dikeluarkan juga terukur karena pasokan sumber daya dan strategi pemasaran yang sudah matang dari franchisor. Usaha waralaba banyak diminati karena perusahaan-perusahaan *franchise* memiliki model bisnis yang telah teruji dan terbukti efektif. Selain itu, kita juga tidak perlu berkali-kali mengeluarkan modal usaha karena umumnya usaha tipe ini memberlakukan sistem pembayaran di awal.

1. Ada 10 (sepuluh) Tips Ampuh Memilih Bisnis Franchise

a. Pilih Bidang Franchise yang Kita Sukai.
b. Pilih Produk atau Jasa yang Dibutuhkan Banyak Konsumen.
c. Pilih *Franchise* yang Diminati Banyak Orang.
d. Jangan Mudah Percaya Cerita Sukses Orang.
e. Sesuaikan dengan Modal yang Kamu Punya.
f. Cek Latar Belakang Franchise Pilihan sesuai pilihan kita.

BAB 9

PROSES SUKSESI USAHA KELUARGA

A. Pendahuluan

Proses suksesi perusahaan keluarga dilakukan melalui beberapa tahapan yang diawali dengan adanya pemilihan calon suksesor, pengembangan dan pemeliharaan calon suksesor, keterlibatan calon suksesor, dan evaluasi pasca suksesi.

1. Ada 5 (Lima) Langkah untuk Suksesi Bisnis Keluarga

a. Menentukan tujuan dan objektif.
b. Membangun proses pengambilan keputusan.
c. Menyusun rencana penerusan.
d. Melatih ahli waris.
e. Melibatkan konsultan.

2. Suksesi Bisnis Keluarga

Menurut penelitian yang dilakukan oleh The Family Business Institute, sebanyak 88% pemilik bisnis keluarga percaya bahwa anggota keluarga mereka akan melanjutkan bisnis tersebut dalam 5 tahun ke depan. Tetapi pada kenyataannya, hanya 30% yang dapat bertahan hingga generasi kedua dan 12% hingga generasi ketiga dan hanya 3% yang bertahan hingga generasi keempat dan seterusnya.

Penelitian menunjukkan bahwa kegagalan tersebut disebabkan oleh kurangnya rencana untuk penerusan bisnis keluarga. Rencana tersebut mungkin saja kurang jelas terutama untuk faktor-faktor penting seperti kapan dan kepada siapa perusahaan akan diwariskan. Oleh karena itu,

BAB 10 PENGEMBANGAN RENCANA PEMASARAN

A. Pendahuluan

Dewasa ini istilah dalam dunia marketing memang cukup banyak untuk dipelajari. Salah satunya adalah apa yang disebut sebagai *marketing plan* atau rencana pemasaran. Istilah ini memang sangatlah umum bagi mereka yang bergelut dalam dunia pemasaran, bisnis, dan dunia dagang. Istilah ini sangatlah penting untuk keberlanjutan dunia usaha, bagaimana tidak, keberhasilan tujuan bisnis sangat ditentukan saat menyusun marketing plan.

1. Pengertian Rencana Pemasaran

Sebenarnya apa rencana pemasaran itu? Rencana pemasaran merupakan ide awal dalam suatu bisnis. Ini merupakan suatu bentuk umum dari sebuah keterkaitan proses tata kelola dengan arah tujuan untuk mengembangkan strategi bisnis dalam memperoleh pencapaian yang maksimal. Dalam menerapkan suatu strategi pemasaran, tentunya sistem kelolaannya diambil secara sistematis. Artinya, dalam setiap ketuk palu yang dilakukan, hal itu telah mendapat persetujuan dari seluruh elemen yang terlibat didalamnya. Baik secara langsung maupun tidak langsung.

Bagi perusahaan dengan sistem perencanaan pemasaran yang tepat sasaran maka akan mendapat hasil yang maksimal. Tentu saja, keuntungan yang didapatkan akan lebih maksimal, efektif, serta efisien. Banyak hal yang menjadi kategori marketing plan. **Yang pertama** adalah

BAB 11

MEMILIH LOKASI DAN MERENCANAKAN FASILITAS USAHA

A. Enam Faktor Kunci Memilih Lokasi Usaha yang Ideal

Di dalam membangun sebuah usaha, seorang *entrepreneur* atau yang sering disebut dengan seorang wirausaha harus mampu membaca tempat yang paling strategis dan fasilitas untuk menunjang kelangsungan usaha yang akan dibangun. Banyak Usaha Kecil Menengah (UKM) dibangun oleh masyarakat tidak mampu yang kemudian bersaing dengan para pesaing dengan jenis produk yang sama. Kekalahan dalam bersaing itu salah satu penyebabnya adalah salah upaya dalam menetapkan tempat yang tepat dan fasilitas yang sesuai dengan jenis usaha yang dijalani.

Dalam membuat rencana bisnis, pemilihan lokasi usaha adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Banyak hal yang harus dipertimbangkan dalam memilih lokasi, sebagai salah satu faktor mendasar, yang sangat berpengaruh pada penghasilan dan biaya, baik biaya tetap maupun biaya variabel. Lokasi usaha juga akan berhubungan dengan masalah efisiensi transportasi, sifat bahan baku atau sifat produknya, dan kemudahannya mencapai konsumen. Lokasi juga berpengaruh terhadap kenyamanan pembeli dan juga pemilik usaha. Bagi wirausahawan pemula, sebaiknya berhati-hati dalam menentukan lokasi usaha, jangan sampai asal pilih lokasi.

Selain penentuan lokasi, salah satu aspek yang juga dianggap penting dalam menjaga agar usaha tetap berjalan

BAB 12 MENCARI SUMBER SUMBER PENDANAAN USAHA

A. Pendahuluan

Salah satu sumber dana dari dalam perusahaan adalah tabungan individu, teman dan atau saudara, investor perorangan lain, perusahaan-perusahaan besar, perusahaan modal ventura dan penjualan saham. Ini juga dapat dikatakan sebagai dana internal perusahaan, yaitu dana yang berasal atau dipenuhi dari dalam perusahaan.

Sumber pendanaan di dalam perusahaan ada 2 kategori, yaitu sumber pendanaan internal yang diperoleh dari laba ditahan dan depresiasi aktiva tetap, serta sumber dana eksternal yang diperoleh dari para kreditur yang memberi pinjaman (utang).

B. 10 (sepuluh) Pilihan Sumber Dana Untuk Modal Usaha

1. Tabungan pribadi.
2. Teman atau keluarga.
3. Angel investor.
4. Crowdfunding.
5. Pesangon.
6. Venture capital.
7. Hadiah kompetisi bisnis.
8. Pinjaman KUR (Kredit **Usaha** Rakyat)
9. Produk Pre-Sale
10. Pinjaman Bank

BAB 13

PERANAN RENCANA BISNIS DALAM KEWIRAUSAHAAN

A. Pendahuluan

Rencana bisnis akan membuat kita lebih fokus dan terarah saat menjalankan bisnis. Dengan begitu, tujuan kita untuk merintis bisnis akan tercapai sesuai target yang telah ditetapkan. Bisnis kita dapat berkembang dengan baik. Salah satu kegunaan dari business plan adalah untuk memberi prediksi masa depan suatu bisnis.

Rencana bisnis atau bisnis plan adalah dokumen atau pernyataan tertulis yang berisi tujuan sebuah usaha dan bagaimana cara pebisnis meraih target bisnis tersebut. Meski memiliki peran krusial pada potensi kesuksesan bisnis, banyak orang yang masih menganggap bahwa membuat rencana bisnis tidaklah penting.

Dalam kewirausahaan yang paling utama adalah adanya business plan. Dengan business plan ini maka langkah awal dari munculnya usaha. Oleh karena itu dalam pembelajaran kewirausahaan harus mampu menghasilkan peserta didik yang mampu membuat dan menghasilkan business plan yang aplikabel.

Fungsi utama rencana bisnis adalah untuk merancang rencana dan strategi untuk bisnis kita. Sebuah bisnis yang baru didirikan akan sulit berkembang jika hanya dijalankan saja dan tanpa konsep serta arah yang jelas

Berikut ini beberapa tips umum yang perlu kita lakukan, dalam membuat rencana usaha bisnis yang akan dijalankan antara lain sebagai berikut:

BAB 14

ETIKA BERWIRAUSAHA

A. Pengertian

Etika adalah kata yang berasal dari bahasa Yunani yaitu ***ethos*** yang berarti karakter, watak kesusilaan atau adat kebiasaan di mana **etika** berhubungan erat dengan konsep individu atau kelompok sebagai alat penilai kebenaran atau evaluasi terhadap sesuatu yang telah dilakukan.

Etika wirausaha adalah suatu kode etik perilaku aktor berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang dijadikan tuntunan dalam membuat keputusan dan memecahkan persoalan. Etika wirausaha sangat penting untuk mempertahankan loyalitas pemilik kepentingan dalam membuat keputusan dan memecahkan persoalan organisasi. Etika wirausaha dalam istilah lebih populernya adalah etika bisnis. Seorang wirausaha harus mampu menjaga da melestarikan etika bisnis yaitu suatu kode etik perilaku pengusaha berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang merupakan suatu komitmen untuk melakukan apa yang benar dan menghindari yang tidak benar.

Etika adalah kata yang berasal dari Bahasa Yunani yaitu ethos yang artinya karakter, watak kesulitan atau adat kebiasaan dimana etika berhubungan erat dengan konsep individu atau kelompok sebagai alat penialai kebenaran atau evaluasi terhadap sesuatu yang telah dilakukn. Etika juga berasal dari kata ethikus yang dalam Yunani disebut ethicos yang berarti kebiasaan norma-norma nilai nilai kaidah-kaidah dan ukuran - ukuran baik dan buruknya dari tigkah laku manusia.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2000. *Kewirausahaan: Panduan Perkuliahan.* Bandung: Alfabeta.

Alma, Buchari. 2000. *Kewirausahaan: Untuk Mahasiswa dan Umum.* Bandung: Alfabeta

Alma, Buchari. 2003. **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**. Bandung: Alfabeta.

Arlini, Silvia Mila dan Bernadetta Dwi Suatmi. 2006. *Makro Ekonomi Indonesia: Perkembangan Terkini dan Prospek 2007*. Lembaga Penelitian Ekonomi Institut Bisnis dan Informatika Indonesia (IBII), LPE-IBII.

Burstiner, Irving. 1983. *Start and Run Your Own Profitable Service Business*. New Jersey, USA: Prentice Hall, Englewood Cliff.

Bygrave, Wiliiam D. 1994 *The Portable MBA in Enterpreneurship.* New York: John Willey & Sons Inc,

David, Fred R. 2006, Manajemen Strategis. Jakarta: Salemba Empat.

Dinsi, Valentino, 2005. *Jangan mau Seumur Hidup Jadi Orang Gajian*. Jakarta: LET's GO Indonesia.

Dinsi, Valentino, 2005. *Membangkitkan Enterpreneur Power: Sebuah Jalan Menuju Kebebasan Finansial*. Jakarta: LET's GO Indonesia.

Echdar S. 2013. Manajemen Entrepreneurship Kiat sukses menjadi Wirausaha. Andi. Yogyakarta.

Eliot, 2000. Educational psychology: effective teaching, effective learning. Boston : McGraw-Hill.

Final Deng, Mohammad. "Febri Mengangkat Martabat Singkong". *Kompas*. Sabtu, 2 Mei 2009.

Gwee, James, 2007. *Positive Business Ideas: Proven, Practical, and Easy-to Apply Ideas to Improve Your Performance.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Hakim, Lukman. 2008. *Info Lengkap Waralaba*. Yogyakarta: MedPress.

Haming, Murdifin dan Nurnajamuddin, Mahfud. 2007. **Manajemen Produksi Modern, Operasi Manufaktur dan Jasa**. Jakarta: Bumi Aksara.

Harding, H.A. 1978. *Manajemen Produksi*. Jakarta : Balai Aksara

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. *Terjemahan oleh Benyamin Molan. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Jakarta: Indeks.*

Harefa, Andrias. 2004. *Membangkitkan Etos Professionalisme.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama,

Hariwijaya, M. 2005. *Proposal Bisnis*: *Menyusun Proposal yang Brilian untuk Memulai Bisnis Anda.* Yogyakarta: Hanggar Kreator.

Hasibuan, M.S.P. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan ke 19, Edisi Revisi. Jakarta: PT. Bumi Aksara

Hindrayani, Aniek. 2010. **Manajemen Operasi**. Yogyakarta: Pohon Cahaya.

Hisrich, Robert D. dan Michael P. Peters 1998. *Entrepreneurship*, Boston, MA: Irwin Internasional, Inc.

Hirsch, Robert D., Michael P. Peters, dan Shepherd Dean A. 2005. *Entrepreneurship*, Edisi Keenam. Boston, USA: McGraw Hill.

Halfman, Kenneth dan Richard Russell. 1994, *Exploring the World of the Entrepreneur Working for Yourself*. Albany, NY: Delmar Publishers.

Ikhs, A. Khoerussalim. 2006. *Business Revolution*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar

IKOPIN 1994. *Buku Pegangan Kewirausahaan*. UPT-Penerbitan.

Info Franchise, 7/IV/Juli 2009 dan Edisi Khusus Juni-Juli 2009.

Instruksi Presiden Nomor 4 tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan

Iwantono, Sutrisno 2002. *Kiat Sukses Berwirausaha: Strategi Baru Mengelola Usaha Kecil dan Menengah.* Jakarta: Grasindo

Jawa Pos. "60 Tahun Perjalanan Jawa Pos: Di Bawah Kepemimpinan Dahlan Iskan". Rabu, 1 Juli 2009.

Jawa Pos. "Putu Sulistiani, Pemilik UKM Batik Tulis Saraswati: Mencanting Untung Batik Tulis". Kolom Ekonomi Bisnis Rabu, 1 Juli 2009.

Kao, John J.1993. *Entrepreneurship Creativity and Organization: Text, Cases and Readings.* New York: McGraw Hill.

Kasmir. 2014. **Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya**. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Kasmir 2006, *Kewirausahaan* Jakarta: PT Radjagrafindo Persada.

Keputusan Menteri Perindustrian Nomor 259/MPP/KEP/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.

Kiyosaki, Robert T. 2004. *Panduan Ayah Kaya Menuju Kebebasan Finansial*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Kompas 2006. "Adi Kharisma Meraih Peluang Usaha dengan Ubi Ungu Sabtu, 4 April 2009.

Kompas 2007. "Dewo dan Tanaman Sirih Merah dari Merapi Selasa, 14 April 2009.

Kompas 2008. "Carrefour Dinilai Dominan dalam Peluang, Persaingan Usaha Ritel Sabtu, 4 April 2009

Latif, Yudi. "Memimpin dengan Kebenaran" *Kompas*, Selasa, 30 Juni 2009.

Lestari, I., Tonapa, H., & Sopiana. (2016, 05 13). *Sopiana Blogspot*. Retrieved 06 04, 2017, from Kewirausahaan: http://sopianana.blogspot.co.id/2016/05/membangun-ide-kreatif-dan-inovatif.html

Ulum, A. (2011). *Anharululum Blogspot*. Retrieved 06 04, 2017, from Membangun Ide Kreatif dan Inovatif: http://anharululum.blogspot.co.id/2011/01/membangun-ide-kreatif-dan-inovatif.html

Levesque, M., Sheperd, D.A, dan Douglas, E.J. 2002. Employment or Selfemployment? A dynamic utility maximizing model. Journal of Business Venturing. Vol. 17 No.3, hal. 189-210.

Longenecker, Justin G, Carlos W. Moore, dan 1 William Petty, 2001. Kewirausahaan Manajemen Lala Kecil. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat

Longenecker, Justin G. Carlos W. Moore, dan). William Petty, 2001. Kewirausahaan Manajeme at Kecil Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.

Lupiyoadi dan Hamdani. 2001. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Jakarta: Salemba Empat.

Majalah Flona, 2005. *25 Kisah Sukses dan Peluang Usaha: Ikan Hias, Ikan Konsums, dan Lobe v Occhan, dll*. Jakarta: PT Gramedia.

Majalah Flona, 2009. 31 Inspirasi Bumi Maa Kris, Cetakan Kedua Jakarta: PT Samindra Utama.

Majalah Manajemen Usahawan Indonesia, tahun 2006 dan 2007.

Majalah Manajemen. "Jamu/Kosmetika Mustika Ratu-B.R.A. Mooryati Soedibjo". Maret-April 1996.

Majalah Manajemen. "Ekspansi Bisnis McDonalds Maret Apel 1997.

Majalah Pengusaha. beberapa edisi, 2007, 2008, 2009.

Majalah Trubus, beberapa edisi, 2007, 2008, dan 2009

Majalah Wirausaha dan Keuangan. "Bisnis *Franchir* dari A hingga Z". Edisi 041/04/Thn: TV/Agustus 2006.

Manurung, Adler Hayman 2005. *Wirausaha Bisnis Usaha Kecil Menengah (UKM)* Jakarta Penerbit Buku Kompas.

Manurung, Adler Hayman 2007. Wanita Berbisnis, UKM Makanan Penerbit Buku Kompas.

Massassya, Elvyn G-Irianto. 2007. *25 Rahasia Mengelola Usaha di Era Turbulent*. Ritmo Hendro (ed.). Jakarta:Fenansido Visa Raya Publishing.

McGuckin, Frances. 2006. *Ide-ide Besar: Untuk Mengembangkan Usaha Kecil Anda*. Penerbit Abdi Tandur.

Michael Evans. 28 Agustus 2013. **5 Steps to Create a Viable Succession Plan for Your Family Business**. https://goo.gl/I5bzNz

Mikes, A.L. 1987. *The Entrepreneurial Manager Decisions, Goals and Business Ideas.* The Penguin Business Library Penguin Books Ltd.

Multitama Communication. 2005. *Are You An Entrepreneur.* Kumpulan Materi Pelatihan Manajemen Aplikatif. Jaringan Pengusaha Muslim Indonesia, Penerbit Pustaka Inti.

Munawaroh, Munjiati. 2013. **Manajemen Operasi**. Yogyakarta: LP3M UMY.

Namara, Erick. 2007. *50 Peluang Bisnis Makanan dan Minuman*. Yogyakarta: Medpress.

Praag, C.M. dan Cramer, J.S. 2001. The roots of entrepreneurship and labor demand: individual ability and low risk. Economica. Vol. 68, No. 269, 45-62.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.

Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba.

Porter, Michael E. 1985, "Competitif Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance", New York: Macmillan.

Prasetya Adi Lukas. "*Kepedulian Sosial-Corporate Social Responsibility (CSR): Sekarang, Sumber Air Su Dekat*". *Kompas*. Selasa, 18 Agustus 2009

Purnomo, Alois Budi. "Balada Keluarga Miskin". *Kompas*, 21 Oktober 2005.

Rachmadi, Bambang N. 2007. *Franchising The Most Practical and Excellent Way of Succeeding Membedah Tawuran Franchise Lokal Indonesia.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Robbins: Stephen P. 2001. *Perilaku Organisasi*. Jilid 2. Jakarta: Penerbit Indeks Kelompok Gramedia

Rusdiana, H.A. 2014. Kewirausahaan Teori dan Praktik, Cetakan ke 1. Bandung: Pustaka Setia.

Rye David E. 1996. *Entrepreneur: Tools for Executives (Wirausahawan)*. Penerbit PT Prehallindo. Edisi Asli1995, Edisi Indonesia 1996.

Saiman, Leonardus. 2009. Kewirausahaan. Jakarta: Selemba Empat.

Saiman, Leonardus. 2000. "Entrepreneurship/Kewirausahaan, Diktat STIE Nusantara.

Saliman Abdul Rasyid, dick. 2005. *Hukum Bisnis untuk Perusahaan.* Jakarta: Penerbit Kencana.

Segal, G., Borgia, D. dan Schoenfeld, J. 2005. The motivation to become an entrepreneur. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Ressearch, Vol. 11 No.1, hal. 42 – 57

Seng Ann Wan. 2007. *Rahasia Bisnis Orang Jepang Langkah Raksasa Sang Nippon Menguasai Dunia*. Jakarta Penerbit Hikmah (PT Mizan Publika).

Serfiyani, Cita Yustisia, Purnomo dan Hariyani. 2015. **Franchise Top Secret**. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Siagian, Salim dan Asfahani. 1996. "Kewirausahaan Indonesia Dengan Semangat 17-8-45". Puslatkop dan Pengusaha Kecil. Departemen Koperasi dan Peminaan Pengusaha Kecil bekerja sama dengan PT Khoang Klede Jaya Putra Timur, Jakarta

Siregar, Eveline, & Nara, Hartini. 2014. Teori Belajar dan Pembelajaran, Cetakan ke 2. Bogor: Ghalia Indonesia.

Subagyo, P. Art. "Kepemimpinan Pelayan" *Kompas* Sabtu, 25 Juli 2009.

Sumaatmadja, Nursid. 1981. **Studi Geografi Suatu Pendekatan dan Analisa Keruangan**. Bandung: Alumni.

Suwarman, Ujang. 2004. **Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran**. Bogor: Ghalia Indonesia.

Swastha, Basu. 2000. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta: Indeks.

Tabloid Kerja Sama Media Indonesia dengan Kementerian Negara Koperasi dan UKM. Jurnal KUKM Agustus 2009.

Tabloid Peluang Usaha. Beberapa edisi, 2006, 2007, 2008, dan 2009.

Takwin, Bagus, dkk. "Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) Berjuang Menjadi Pahlawan". Kompas. Selasa, 30 Juni 2009.

Tarigan, R. 2006. **Perencanaan Pembangunan Wilayah**. Jakarta: Bumi Aksara.

Tirtamihardja, Samuel H.2003. *Pemimpin adalah Pemimpi: 10 Langkah Pemimpin Berhasil*. Jakarta: Penerbit YASKI.

Tjiptono, Fandy. 2002. **Strategi Pemasaran**. Yogyakarta: Andi.

Triswanto, Dwi Sugeng 2004, *Merencanakan dan Mengelola Usaha* Yogyakarta: Media Abadi.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Utami. Ayu. "Greg Hambali Usaha Penangkar Tanaman Hias Aglaonema Indonesia". *Tabloid Peluang Usaha.* No. 15/THN/IV/30 Maret-17 April 2008.

Utoyo, Budi. "Cara Gampang dan Aman Membeli *Franchise*". *Majalah Pengusaha*. Edisi 95. Juni 2009.

Wibowo, Agus. 2011. Pendidikan Kewirausahaan, Cetakan ke 1. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Wibowo, Muladi. 2011. Pembelajaran Kewirausahaan dan Minat Wirausaha

Wibowo, Ari Satriyo. 2005. *45 Kisah Bisnis Top Pilihan.* Cetakan Kedua. Jakarta: PT Gramedia.

Wikanso. 2013. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa STKIP PGRI Ngawi. Jurnal Ilmiah STKIP PGRI Ngawi Media Prestasi, Vol. XI, No. 1.

Widiyanto, Yudo dan Azis Husain "Mi Boleh Sama Panjang, Soal Rasa Mesti Bersaing". *Tabloid Kontan.* Minggu Kedua Juni 2009

Wresti, M. Clara. "Persahabatan dari Kebun Darmaga. *Kompas*. Kamis, 30 April 2009.

Zimmerer. Thomas W. dan Norman M. Scarborough, 2005. *Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil (Asli Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management).* Edisi Keempat.

24 Agustus 2016. **Mewariskan Bisnis Keluarga; Belajar dari Bisnis Ratusan Tahun**. https://goo.gl/R56Ibj

https://hello.web.id/belajar-dari-rex-pengusaha-sukses-upnormal/

https://www.kompasiana.com/lutfikoto/55c0d433f47e610a097b6e94/pengertian-motivasi-kewirausahaan

https://www.maxmanroe.com/contoh-bisnis-plan.html

https://www.cermati.com/artikel/cara-membuat-bisnis-plan-dan-kegunaannya

TENTANG PENULIS

La Ode Syarfan, S.E., M.Si

Lahir di pulau Buton Propinsi Sulawesi Tenggara tepatnya di kota Bau – Bau pada tanggal 11 April 1972. Saya menamatkan Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama dan Sekolah Menengah Atas di kota kelahiran saya. Meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E) jurusan Akuntansi pada tahun 1997 di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Pendidikan Keuangan dan Perbankan (STIE YPKP) Bandung. Selanjutnya pada tahun 1998 melanjutkan kuliah di Universitas Padjadjaran (Unpad) Bandung pada Program Studi Ekonomi Akuntansi dan pada tahun 2001 meraih gelar Magister Akuntansi.

Sejak tahun 2002 sampai dengan tahun 2005 saya aktif mengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Lancang Kuning (Unilak). Sejak tahun 2008 sampai sekarang di angkat menjadi Dosen Tetap pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (Fisipol) Universitas Islam Riau.

Mata kuliah yang sering saya ajarkan kepada mahasiswa adalah Pengantar Akuntansi I dan II, Pengantar Statistik, Akuntansi Biaya, Perpajakan, Keuangan Bisnis, Pengantar Ilmu Ekonomi dan Kewirausahaan.

Pada tahun 2004 sampai tahun 2012 pernah menjabat Sebagai Ketua Program Studi Administrasi Bisnis, Tahun 2012-2016 Menjabat sebagai Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi, Tahun 2016 -2020 menjabat lagi sebagai Ketua Program Studi Administrasi Bisnis, tahun 2020 sampai dengan tahun 2024 menjabat sebagai Ketua Program Studi Administrasi Perkantoran.

NO. S.87/MS.72/2020 - 10 FEB 2020
Anggota dari

KoinWorks hadir sebagai Super Financial App, yang menjadi solusi dari segala kebutuhan finansial pribadi dan bisnis. Kami ingin mewujudkan segala impian finansialmu dengan hanya

melalui satu dasbor saja. PT Sejahtera Lunaria Annua ("**PT SLA**") menggandeng PT Lunaria Annua Teknologi sebagai afiliasi dalam menyelenggarakan KoinWorks – Super Financial App. KoinWorks juga telah memiliki Tanda Daftar Penyelenggara Penyelenggara Sistem Elektronik ("**PSE**") No. 000716/DJAI.PSE/05/2021 dan telah terdaftar sebagai anggota Asosiasi Fintech Indonesia ("**AFTECH**"), dengan nomor registrasi anggota 0322/REG/AFT/SU.

Sebagai Super Financial App, KoinWorks menyediakan layanan *interfacing* sebagai penghubung pihak yang ingin melakukan kegiatan finansial, baik dalam layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi atau produk finansial lainnya. KoinWorks tidak menyediakan segala bentuk saran atau rekomendasi pendanaan terkait pilihan-pilihan dalam *platform* ini.

a. **Layanan** adalah jasa penyediaan Platform yang disediakan oleh Perusahaan pada Platform untuk mempertemukan Pengguna.
b. **Pengguna** adalah setiap orang yang mengunjungi, mengakses dan/atau menggunakan Platform.
c. **Pihak Ketiga** adalah pihak lainnya, termasuk namun tidak terbatas kepada penyelenggara layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi, perusahaan pedagang emas, perusahaan lainnya yang sudah bekerja sama dengan KoinWorks, atau Layanan Jasa Keuangan lainnya yang telah terdaftar atau berizin.