Dr. Drs. Danang Sunyoto, S.H., S.E., M.M., C.B.L.D.M.
Sumiyati, S.Ag.

KONSEP DASAR WIRAUSAHA

Editor :
Khaidar Naufal Pasingsingan

KONSEP
DASAR WIRAUSAHA

Tentang Penulis

Dr. Drs. Danang Sunyoto, S.H., S.E., M.M., C.B.L.D.M.

Dosen Tetap Prodi Manajemen (S1) dan Magister Manajemen (S2), Fakultas Ekonomi Universitas Janabadra. Anggota IKABADRA. Doktor (S3) lulusan Universitas Islam Yogyakarta. Pernah mengajar di Lembaga Pendidikan Komputer, Universitas Teknologi Yogyakarta (UTY), Universitas Mercu Buana (UMB), Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa (UST), AKPER Karya Husada Yogyakarta. Aktif Penelitian Jurnal Nasional dan Internasional, Jurnal Pengabadian kepada Masyarakat dan menulis buku literature. Saat ini menjabat Ketua Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat (2021-2025) Universitas Janabadra, Yogyakarta.

Sumiyati, S. Ag.

Kelahiran Kulon Progo, berprofesi sebagai Guru Pendidikan Agama Islam di beberapa Sekolah Dasar Negeri di Kabupaten Kulon Progo, Yogyakarta, antara lain; SD Negeri Ngento, Pengasih, SD Negeri Clereng, Pengasih, SD Negeri 4 Wates, Kepala Sekolah SD Negeri Pendem, Pengasih, Kepala Sekolah SD Negeri 3 Pengasih, Pengasih (sampai sekarang-2022), Pengurus Inti Kelompok Kerja Kepala Sekolah. Beliau Alumni Diploma Dua (D2) Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga, Yogyakarta, dan Alumni Strata Satu (S1) Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Muhammadiyah, Wates, Kulon Progo. Pengalaman menulis, antara lain; Penelitian Tindakan Sekolah (PTS) sebanyak 3 buku, Jurnal Riset Pendidikan Indonesia, Jurnal Riset Edukasi Indonesia, dan Pembimbing Majalah Dinding di Sekolah.

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 978-623-487-615-4
9 786234 876154

KONSEP DASAR WIRAUSAHA

Dr. Drs. Danang Sunyoto, S.H., S.E., M.M., C.B.L.D.M.
Sumiyati, S.Ag.

PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

KONSEP DASAR WIRAUSAHA

Penulis : Dr. Drs. Danang Sunyoto, S.H., S.E., M.M., C.B.L.D.M.
Sumiyati, S.Ag.

Editor : Khaidar Naufal Pasingsingan

Desain Sampul : Eri Setiawan

Tata Letak : Rizki Rose Mardiana

ISBN : 978-623-487-615-4

Diterbitkan oleh: **EUREKA MEDIA AKSARA, FEBRUARI 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

Pada kesempatan ini kami mengucapkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas kesempatan dan kelancaran dalam menyusun buku ini. Konsep-konsep dalam buku ini mengulas, membahas konsep dasar berwirausaha secara teoritis beserta aspek-aspek yang berkaitan dengan bisnis secara praktis.

Penyusunan buku Konsep Dasar Wirausaha ini disajikan secara ringkas dan sederhana dengan harapan dapat dipelajari, dibahas cepat secara efektif dan efisien waktu, sehingga dapat membantu para pengguna buku ini.

Buku *Konsep Dasar Wirausaha* terdiri dari sepuluh bab meliputi topik;

- Sikap dan Perilaku Wirausaha
- Mengembangkan Semangat Wirausaha
- Mengambil Risiko Usaha
- Menganalisis Peluang Pasar
- Perencanaan Produk dan Produksi
- Perencanaan Pemasaran
- Perencanaan Keuangan Uasaha
- Perencanaan Sumber Daya Manusia
- Perencanaan Proposal Usaha
- Membuat Keputusan

Dengan konsep dasar wirausaha dengan kemampuan persaingan usaha serta organisasi bisnis yang dimiliki dapat memunculkan persaingan yang sehat dan pada akhirnya memberikan kontribusi positif bagi perkembangan usaha/bisnis di masa yang akan datang.

Yogyakarta, Januari 2023
Dr. Drs. Danang Sunyoto, S.H., S.E., M.M.
Sumiyati, S.Ag.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **iv**
DAFTAR GAMBAR ..... **vi**
DAFTAR TABEL ..... **vii**
BAB 1 SIKAP DAN PERILAKU WIRAUSAHA **1**
A. Pengertian dan Ruang Lingkup Kewirausahaan 1
B. Karakteristik Wirausahawan 6
C. Kagagalan dan Keberhasilan Wirausaha 12
BAB 2 MENGEMBANGKAN SEMANGAT WIRAUSAHA **16**
A. Pengertian Semangat Wirausaha 16
B. Pentingnya Semangat Wirausaha 17
C. Cara Memotivasi Semangat Wirausaha 18
BAB 3 MENGAMBIL RISIKO USAHA **23**
A. Pengertian Risiko 23
B. Macam Risiko Usaha 23
C. Cara Menanggulangi Risiko 25
BAB 4 MENGANALISIS PELUANG PASAR **30**
A. Peluang Pasar 30
B. Keberhasilan dan Kegagalan Usaha 32
C. Penentuan Bidang Usaha 35
D. Penentuan Lokasi Usaha 37
BAB 5 PERENCANAAN PRODUK DAN PRODUKSI **38**
A. Perencanaan Produk 38
B. Perencanaan Produksi 41
C. Pengawasan Kualitas 46
BAB 6 PERENCANAAN PEMASARAN **51**
A. Pasar dan Pemasaran 51
B. Konsep Pemasaran 52
C. Produk (*Product*) 54
D. Penetapan Harga 58
E. Promosi dan Periklanan 64
F. Saluran Distribusi 66
G. Negosiasi 68

BAB 7 PERENCANAAN KEUANGAN USAHA 72
A. Perhitungan Keuangan Usaha..... 72
B. Penganalisaan Keuangan Usaha 73
BAB 8 PERENCANAAN SUMBER DAYA MANUSIA 84
A. Penentuan Kebutuhan Sumber Daya Manusia..... 84
B. Perekrutan..... 86
C. Hambatan dalam Perekrutan 87
D. Sumber Perekrutan Pegawai/Karyawan 89
E. Penempatan Sumber Daya Manusia..... 92
F. Penggajian dan Upah 93
G. Perencanaan Karir Sumber Daya Manusia 94
BAB 9 PERENCANAAN PROPOSAL USAHA 97
A. Perencanaan Usaha 97
B. Proposal Usaha 101
C. Sistematika Proposal Usaha 101
BAB 10 MEMBUAT KEPUTUSAN USAHA 103
A. Pengertian Pembuatan Keputusan 103
B. Aspek-Aspek Pengambilan Keputusan..... 109
C. Risiko Pembuatan Keputusan 110
D. Alat Bantu Pengambilan Keputusan 110
DAFTAR PUSTAKA 116
TENTANG PENULIS 118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 6. 1 Sistem Pemasaran yang Sederhana 51

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Karakteristik Profil Wirausahawan yang Berhasil dalam Usaha 33
Tabel 4. 2 Karakteristik Sukses Wirausahawan yang Berhasil dalam Usaha 34

KONSEP DASAR WIRAUSAHA

Dr. Drs. Danang Sunyoto, S.H., S.E., M.M., C.B.L.D.M.
Sumiyati, S.Ag.

BAB 1 SIKAP DAN PERILAKU WIRAUSAHA

A. Pengertian dan Ruang Lingkup Kewirausahaan

1. Pengertian Kewirausahaan

Telah kita ketahui bahwa semakin lama kita mendapati bahwa lapangan pekerjaan semakin sulit kita dapatkan, sehingga banyak sekali terjadi pengganggguran. Oleh karena itu melalui Instruksi Presiden No. 4 tahun 1995 Pemerintah menghimbau agar para generasi muda menumbuhkan semangat kepeloporan untuk menjadi wirausahawan. Dalam lampirannya tentang Gerakan nasional memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan (GNMMK), dimana kewirausahaan adalah semangat, sikap perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan keuntungan yang lebih besar.

Berikut ini diuraikan pengertian Kewirausahaan dan Wirausaha :

a. Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (*Zimmerer,1996*).
b. Kewirausahaan adalah mental dan sikap jiwa yang selalu aktif berusaha meningkatkan hasil karyanya dalam arti meningkatkan penghasilan

BAB 2

MENGEMBANGKAN SEMANGAT WIRAUSAHA

A. Pengertian Semangat Wirausaha

Ada beberapa ahli yang mengemukakan pendapat tentang pengertian semangat kerja, diantaranya: Menurut Alex S. Nitisemito: Semangat kerja adalah melakukan pekerjaan secara lebih giat, sehingga dengan demikian pekerjaan akan dapat diharapkan lebih cepat dan lebih baik. Menurut Alexander Leighten: Semangat atau moril kerja adalah kemampuan sekelompok orang untuk bekerjasama dengan giat dan konsekuen dalam mengejar tujuan bersama. Bedjo Siswanto: Semangat kerja adalah suatu kondisi rohaniah atau perilaku individu tenaga kerja dan kelompok-kelompok yang menimbulkan kesenangan yang mendalam pada diri tenaga kerja untuk bekerja dengan giat dan konsekuen dalam mencapai tujuan yang telah dientukan oleh perusahaan.

Dari pendapat-pendapat tersebut di atas dapat disimpulkan : Semangat Wirausaha : adalah suatu sikap kejiwaan yang dimiliki oleh wirausaha untuk bekerja lebih giat dengan mencurahkan segala kemampuan yang dimiliki, sehingga dapat menjalankan dan mencapai tujuan usaha secara opimal. Semangat kerja terkait erat dengan kegairahan kerja. Kegairahan kerja adalah kesenangan yang mendalam terhadap pekerjaan. Sehingga wirausahawan yang bekerja dengan dilandasi semangat dan kegairahan kerja cenderung tidak cepat lelah dalam bekerja.

BAB 3 MENGAMBIL RISIKO USAHA

A. Pengertian Risiko

Yang dimaksud risiko adalah kemungkinan menderita kerugian yang tidak dapat dipisahkan dengan operasi perusahaan atau dampak/ akibat dari suatu keputusan yang diambil dalam memecahkan masalah yang telah dibuat. Risiko timbul karena adanya ketidakpastian pada masa yang akan datang sehingga makin lama masa yang akan datang, maka makin besar tingkat ketidakpastian tersebut. Mengenai pengertian risiko ada beberapa pendapat yaitu: Menurut Arthur William dan Ricahard MH, Risiko adalah suatu variasi dari hasil-hasil yang dapat terjadi selama periode tertentu. Menurut A.Abas Salim, Risiko adalah ketdaktentuan yang mungkin melahirkan poeristiwa kerugian (loss). Menurut Herman Darmawi, Risiko adalah probabilitas suatu ahsil yang berbeda dengan yang diharapkan atau menrupakan penyebaran/ penyimpangan hasil aktual dari hasil yang diharapkan. Menurut Soekarto, Risiko adalah ketidakpastian atas terjadinya suatu peristiwa.

B. Macam Risiko Usaha

Ada beberapa risiko usaha yang mungkin terjadi yaitu :

1. Perubahan permintaan

Perekonomian dapat setiap waktu berubah, bakan perubahan tersebut dapat dalam hitungan detik. Dengan adanya perubahan tersebut akan membawa pengaruh yang sangat luas, misal perubahan harga bahan bakar minyak

BAB 4 MENGANALISIS PELUANG PASAR

A. Peluang Pasar

Dalam dunia usaha, pasar merupakan area bisnis yang didalamnya terdapat konsumen yang akan dipenuhi keinginan dan kebutuhannya. Semakin besar pasar yang dituju, seorang wirausahawan semakin dituntut untuk memenuhi baik secara jumlah maupun kualitas prodfuk yang dihasilkan. Di samping itu jika dapat menjual produknya akan memperbesar tingkat keuntungan yang diperolehnya. Untuk itu sebelum memasuki sebuah pasar, maka seorang produsen atau wirausahawan lebih baik mengetahui peluang pasar.

1. Pengertian Peluang Pasar

Secara umum peluang pasar adalah pasar sasaran yang didalamnya terdapat keinginan dan kebutuhan yang inign dipenuhi atau dipuaskan. Peluang pasar dapat dianalisis melalui pendekatan hukum permintaan dan hukum penawaran. Hukum permintaan menyatakan jika harga produk murah, yang beli produk akan banyak, dan jika pada waktu harga produk mahal, konsumen yang beli produk sedikit. Seorang produsen atau wirausahawan harus berhati-hati dalam menetapkan harga produk, karena konsumen dapat sensitif terhadap harga jual produk.

Hukum penawaran menyatakan jika harga jual produk mahal, akan banyak penjual yang menjual produk atau barang dagangannya, tetapi jika harga jual barang murah akan sedikit penjual yang menjual barang dagangannya, karena akan berpengaruh pada keuntungan yang diperoleh.

BAB 5 PERENCANAAN PRODUK DAN PRODUKSI

A. Perencanaan Produk

1. Pengertian Produk

Sebelumnya perlu diketahui, bahwa yang dikatakan produk sebenarnya ada dua yaitu berupa barang dan berupa jasa. Pengertian barang adalah hasil dari suatu kegiatan produksi yang mempunyai sifat-sifat fisik dan kimia serta ada jangka waktu antara saat diproduksi dengan saat produk tersebut dikonsumsi atau digunakan. Sedangkan pengertian jasa adalah merupakan hasil dari suatu kegiatan produksi yang tidak mempunyai sifat-sifat baik fisik maupun kimia serta tidak ada jarak waktu antara saat diproduksi dengan saat dikonsumsi atau digunakan.

Atau barang dapat diraba secara fisik, tetapi jasa hanya dapat dirasakan dan tidak dapat diraca secara fisik, misalnya jasa bengkel, jasa angkutan umum, jasa transportasi udara, jasa transportasi kereta api, jasa pelayanan bank, jasa pelayanan toko, jasa travel dan lain-lain.

2. Aspek-aspek Perencanaan Produk

Dalam perencanaan produk *(planning of product)* ada tiga aspek meliputi :

a. Aspek produk

Seorang produsen atau wirausahawan harus menentukan sejak awal produk apa yang sebaiknya dibuat (what), sebagai bahan pertimbangan pemilihan produk apa yang dibuat, ada dua pertimbangan yaitu:

1) *Market pull* (pasar yang menarik)

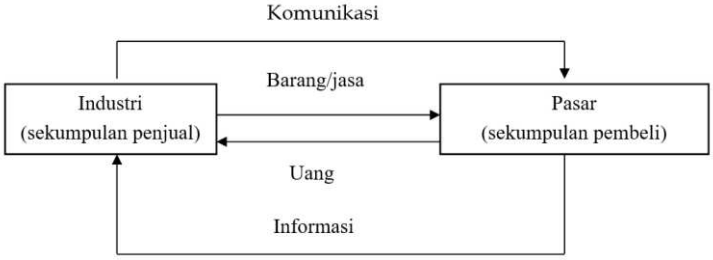
BAB 6

PERENCANAAN PEMASARAN

A. Pasar dan Pemasaran

1. Pasar

Sebuah pasar terdiri dari pelanggan potensial dengan kebutuhan dan keinginan tertentu yang mungkin mau dan mampu untuk ambil bagian jual beli guna memuaskan kebutuhan dan keinginan tersebut. Karena itu besar kecilnya suatu pasar tergantung pada jumlah orang yang menunjukkan kebutuhan, mempunyai sumber daya yang menarik bagi orang lain dan mau menyediakan sumber daya tersebut untuk memperoleh apa yang mereka inginkan.



Gambar 6. 1 Sistem Pemasaran yang Sederhana

2. Pemasaran

Pemasaran disini berarti kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar atau berarti bekerja dengan pasar untuk mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Jadi pengertian pemasaran adalah suatu proses sosial dan melalui proses itu individu-individu dan

BAB 7 PERENCANAAN KEUANGAN USAHA

Pendirian suatu usaha sebaiknya juga dibarengi dengan perencanaan keuangan usaha atau yang lebih dikenal dengan modal usaha. Modal usaha dapat berasal dari modal sendiri dan atau modal asing. Modal sendiri adalah modal yang berasal dari kemampuan individu dan atau kelompok untuk membiayai usahanya. Modal sendiri dapat berupa uang tunai atau aktiva (alat transportasi, gedung/tempat usaha). Sedangkan modal asing adalah modal yang berasal dari orang atau lembaga lain, misalnya pinjaman di bank atau pinjaman dari orang lain.

A. Perhitungan Keuangan Usaha

Untuk menghitung dan mengetahui posisi keuangan usaha yang sudah berjalan, dapat dilakukan dengan menyusun laporan keuangan usaha yang berupa neraca, laporan rugi laba dan menganalisis arus kas. Neraca terdiri dari aktiva (harta) dan pasiva (hutang + modal). Sehingga aktiva = pasiva.

Aktiva / harta terdiri harta lancar dan harta tetap (alat transportasi, bangunan, mesin dan lain-lain). Pasiva terdiri hutang (hutang lancar, hutang jangka panjang) dan modal (modal sendiri, laba periode lalu dan mungkin ada cadangan biaya). Berikut ini contoh tabel neraca :

Aktiva	Jumlah	Pasiva	Jumlah
Aktiva lancar Aktiva tetap	XX XX	Hutang: • Jangka pendek • Jangka panjang	 XX XX

BAB 8 PERENCANAAN SUMBER DAYA MANUSIA

Perencanaan merupakan suatu kegiatan atau proses yang sangat penting dalam berbagai kegiatan/ aktivitas pada suatu organisasi/lembaga. Hal ini dapat dipahami sebab secara umum perencanaan (*planning*) merupakan proses penentuan tujuan, pengevaluasian berbagai alternatif pencapaiannya dan penentuan tidandakan yang akan diambil. Jadi secara defisnitif perencanaan sumber daya manusia (Torrington dan Tan Chwee Huat) adalah merupakan kegiatan khsus yang berkaitan dengan penentuan kebutuhan sumber daya manusia perusahaan baik kebutuhan jangka pendek maupun kebutuhan jangka panjang.

Sedangkan pengertian perencanaan sumber daya manusia menurut William B Werther dan Keith Davis adalah proses yang sistematis untuk meramalkan kebutuhan pegawai (*demand*) dan ketersediaan (*supply*) pada masa yang akan datang, baik jumlah maupun jenisnya. Sehingga departemen sumber daya manusia dapat merencanakan pelaksanaan, rekrutmen, seleksi, pelatihan dan aktivitas yang lain dengan lebih baik.

A. Penentuan Kebutuhan Sumber Daya Manusia

Dari analisis berbagai faktor yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan kebutuhan sumber daya manusia, selanjutnya organisasi harus menentukan kebutuhan sumber daya manusia masa depan meliputi jumlah dan kemampuan yang dimiliki, baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Untuk kebutuhan jangka pendek dapat dilakukan dengan membuat tabel yang disebut staffing table dibawah ini.

BAB 9 PERENCANAAN PROPOSAL USAHA

A. Perencanaan Usaha

1. Pengertian Perencanaan Usaha

Baik sebelum maupun dalam perjalanan, sebuah usaha mempunyai suatu rencanaan usaha. Dari setiap orang, ada kemungkinan rencana usaha yang berbeda-beda sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan harapan-harapan untuk dicapai diwaktu yang akan datang. Rencana usaha menurut periode waktu meliputi rencana usaha jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang. Seorang wirausahawan dalam memulai bisnisnya mempertimbangkan juga masalah rencana kecukupan modal, dimana pada jangka waktu tertentu modal yang diinvestasikan diharapkan ada yang kembali. Sehingga modal yang kembali tersebut dapat diputar lagi untuk operasi usahanya. Untuk itu perencanaan usaha baik tertulis maupun tidak tertulis sangat penting untuk menggerakkan usaha.

Secara garis besar perencanaan usaha adalah merupakan proses penentuan visi, misi dan tujuan, strategi, kebijakan, prosedur, aturan, program dan anggaran yang diperlukan untuk menjalankan suatu usaha tertentu.

a. Visi, adalah cita-cita masa depan perusahaan yang akan melakukan usaha tersebut.
b. Misi adalah maksud khas, atau unik dan mendasar yang membedakan perusahaan dengan perusahaan lain serta mengidentifikasikan ruang lingkup kegiatan usaha/ perusahaan yang bersangkutan.

BAB 10 MEMBUAT KEPUTUSAN USAHA

A. Pengertian Pembuatan Keputusan

1. Pengertian keputusan

Pengambilan keputusan merupakan suatu hal yang harus selalu dilakukan oleh seorang wirausaha, karena setiap langkah yang akan dilakukan oleh wirausaha memerlukan proses pemikiran yang membutuhkan waktu panjang tergantung dari banyak dan sedikitnya alternatif yang tersedia. Semakin banyak alternatif yang tersedia maka akan semakin sulit dalam mengambil keputusan. Pengertian membuat keputusan (*decision making*) adalah suatu proses memilih alternatif tertentu dari beberapa alternatif yang ada.

2. Jenis-jenis keputusan

Jenis keputusan dalam sebuah organisasi dapat digolongkan berdasarkan banyaknya waktu yang diperlukan untuk mengambil keputusan dan pada bagian organisasi mana keputusan tersebut difokuskan. Secara garis besar keputusan digolongkan menjadi dua yaitu :

a. Keputusan rutin

Keputusan rutin adalah keputusan yang sifatnya rutin dan berulang-ulang serta biasanya telah dikembangkan cara tertentu untuk mengendalikannya. Contoh: Penyusunan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) oleh pemerintah.

b. Keputusan tidak rutin

Keputusan tidak rutin adalah keputusan yang diambil pada saat-saat khusus dan tidak bersifat rutin

DAFTAR PUSTAKA

Ating Tedjasutisna, H., MBA, Kewirausahaan: SMK, Armico, Bandung, 2001

Bambang Tri Cahyono, Teori Dan Praktek Kewirausahaan, Liberty, Yogyakarta, 1983.

Justin G. Longenecker, dkk, Kewirausahaan: Manajemen Usaha Kecil, buku 1, Salemba Empat, Jakarta, 2001

Justin G. Longenecker, dkk, Kewirausahaan: Manajemen Usaha Kecil, buku 2, Salemba Empat, Jakarta, 2001

Marihot Tua Efendi Hariandja, Drs., M.Si., Manajemen Sumber Daya Manusia, Gramedia, Jakarta, 2005.

Modul 10, Menganalisis Potensi Pasar, Dinas Pendidikan Propinsi DIY, 2005

Modul 11, Menganalisis Kebutuhan Dan Lingkungan Usaha, Dinas Pendidikan Propinsi DIY, 2005

Modul 12, Memilih Bentuk Usaha Dan Perijinan, Dinas Pendidikan Propinsi DIY, 2005

Modul 13, Pengelolaan Proses Produksi/Jasa, Dinas Pendidikan Propinsi DIY, 2005

Modul 17, Kiat Mengelola Tenaga kerja, Dinas Pendidikan Propinsi DIY, 2005

Modul 18, Pemasaran Dan Pelayanan pelanggan, Dinas Pendidikan Propinsi DIY, 2005

Modul 19, Membuat Rencana Usaha, Dinas Pendidikan Propinsi DIY, 2005

Philip Kotler, Manajemen Pemasaran: Analisis perencanaan dan pengendalian, Jilid 1, edisi kelima, Erlangga, Jakarta, 1990.

Tim LP2IP, Kewirausahaan Untuk SMK 2B, Yogyakarta, 2005.

Usman Thoyib, Drs., MM., Manajemen Perdagangan Eceran 1, cetakan pertama, Ekonisia, Yogyakarta, 1998.

TENTANG PENULIS

PENULIS 1

Dr. Drs. Danang Sunyoto, S.H., S.E., M.M., C. B.L.D.M.

Dosen Tetap Prodi Manajemen (S1) dan Magister Manajemen (S2), Fakultas Ekonomi Universitas Janabadra. Anggota IKABADRA. Doktor (S3) lulusan Universitas Islam Yogyakarta. Pernah mengajar di Lembaga Pendidikan Komputer, Universitas Teknologi Yogyakarta (UTY), Universitas Mercu Buana (UMB), Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa (UST), AKPER Karya Husada Yogyakarta. Aktif Penelitian Jurnal Nasional dan Internasional, Jurnal Pengabadian kepada Masyarakat dan menulis buku literature. Saat ini menjabat Ketua Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat (2021-2025) Universitas Janabadra, Yogyakarta.

PENULIS 2

Sumiyati, S. Ag.

Kelahiran Kulon Progo, berprofesi sebagai Guru Pendidikan Agama Islam di beberapa Sekolah Dasar Negeri di Kabupaten Kulon Progo, Yogyakarta, antara lain; SD Negeri Ngento, Pengasih, SD Negeri Clereng, Pengasih, SD Negeri 4 Wates, Kepala Sekolah SD Negeri Pendem, Pengasih, Kepala Sekolah SD Negeri 3 Pengasih, Pengasih (sampai sekarang-2022), Pengurus Inti Kelompok Kerja Kepala Sekolah. Beliau Alumni Diploma Dua (D2) Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga, Yogyakarta, dan Alumni Strata Satu (S1) Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Muhammadiyah, Wates, Kulon Progo. Pengalaman menulis, antara lain; Penelitian Tindakan Sekolah (PTS) sebanyak 3 buku, Jurnal Riset Pendidikan Indonesia, Jurnal Riset Edukasi Indonesia, dan Pembimbing Majalah Dinding di Sekolah.