



Kolaborasi Buku Eureka

MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN



Muhammad Umar A | Novika Wahyuastuti | Nurrohmi Ambar Tasriastuti | Sev Rahmiyanti
Wininatin Khamimah | Muhammad Luqman Hakim. | Fachruddin Razi | Elli Sulistyaningsih
Halimatussa'diyah | Wirman | Austin Alexander Parhusip | Hardin | Mohamad Anggi Samukroni
Destiana Kumala | Muhammad Syaiful | Dindin Nasrudin

Editor:
Debi Eka Putri, S.E., M.M.
Eka Purnama Sari, S.E., M.M.

MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN

Manajemen merupakan suatu disiplin ilmu yang terus mengalami perkembangan, dan konsep-konsep dasar ini memiliki kemampuan untuk disesuaikan dengan berbagai situasi dan lingkungan bisnis yang berubah. Meskipun terjadi perubahan kontinu dalam konteks bisnis, pemahaman mengenai konsep dasar manajemen tetap menjadi hal yang sangat krusial untuk mencapai kesuksesan dalam pengelolaan organisasi atau pelaksanaan proyek. Kewirausahaan memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian dan peluang kerja di Indonesia. Wirausaha dinilai memegang peranan penting dalam menyokong pertumbuhan ekonomi nasional. Wirausaha adalah individu yang memiliki kemampuan dan keberanian untuk memulai bisnis, mengelola dan mengembangkan usaha, serta mampu menanggung risiko sendiri untuk menciptakan peluang usaha baru mereka sendiri. Wirausaha adalah kunci kemandirian dan kekuatan ekonomi Indonesia. Oleh karena itu menjadi keharusan untuk mencapai target terciptanya generasi masa depan yang mempunyai jiwa, visi dan misi menjadi seorang entrepreneur sejati. Peran wirausaha secara mikro dan makro berpengaruh secara signifikan bagi perekonomian suatu negara.

Buku ini dihadirkan sebagai bahan referensi bagi praktisi, akademisi, terkhusus mahasiswa yang sedang mengikuti mata kuliah yang berhubungan dengan Kewirausahaan ataupun siapa saja yang ingin mendalami lebih jauh. Terbitnya buku ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada para pembaca mengenai konsep dasar Manajemen Kewirausahaan.

Bab yang dibahas dalam buku ini meliputi:

- Bab 1 Konsep Dasar Manajemen
- Bab 2 Konsep Dasar Kewirausahaan
- Bab 3 Karakteristik Wirausaha
- Bab 4 Perencanaan Usaha
- Bab 5 Inovasi Dan Kreativitas
- Bab 6 Strategi Dan Model Bisnis
- Bab 7 Pengorganisasian Usaha
- Bab 8 Strategi Menumbuhkan Bisnis
- Bab 9 Modal Dan Sumber Daya Usaha
- Bab 10 Manajemen Risiko Usaha
- Bab 11 Strategi Menyusun Proposal Bisnis
- Bab 12 Perkembangan Bisnis E-Commerce
- Bab 13 Etika Bisnis Dan Tanggungjawab Perusahaan
- Bab 14 Sosial Media Marketing Untuk Wirausaha
- Bab 15 Kewirausahaan Digital
- Bab 16 Isu-Isu Kewirausahaan Masa Kini



eureka
media akhira
Anggota IKAPI
No. 225/UTE/2021

☎ 0858 5343 1992
✉ eurekaediaaksara@gmail.com
📍 Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362



000002023138772



MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN

Dr. Muhammad Umar A, S.E., M.M.
Novika Wahyuastuti, S.E., M.Si.
Nurrohmi Ambar Tasriastuti, S.T., S.M., M.M.
Sev Rahmiyanti, S.E., M.Ak.
Wininatin Khamimah, S.E., M.Si.
Muhammad Luqman Hakim, S.E., M.B.A.
H. Fachruddin Razi, M.H.
Hj. Elli Sulistyaningsih, S.E., M.M.
apt., Halimatussa'diyah, S. Farm., M. Kes.
Wirman, S.E., M.Si.
Austin Alexander Parhusip, S.E., M.M.
Dr. Hardin, S.P., M.M.
Mohamad Anggi Samukroni, S.Pd., Gr.
Destiana Kumala, S.Kom., M.M.
Muhammad Syaiful, S.Pd., M.E.
Dindin Nasrudin, M.Pd., M.M.



eureka
media aksara

PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN

Penulis : Dr. Muhammad Umar A, S.E., M.M.; Novika Wahyuhastuti, S.E., M.Si.; Nurrohmi Ambar Tasriastuti, S.T., S.M., M.M.; Sev Rahmiyanti, S.E., M.Ak.; Wininatin Khamimah, S.E., M.Si.; Muhammad Luqman Hakim, S.E., M.B.A.; H. Fachruddin Razi, M.H.; Hj. Elli Sulistyaningsih, S.E., M.M.; apt. Halimatussa'diyah, S. Farm., M. Kes.; Wirman, S.E., M.Si.; Austin Alexander Parhusip, S.E., M.M.; Dr. Hardin, S.P., M.M.; Mohamad Anggi Samukroni, S.Pd., Gr.; Destiana Kumala, S.Kom., M.M.; Muhammad Syaiful, S.Pd., M.E.; Dindin Nasrudin, M.Pd., M.M.

Editor : Debi Eka Putri, S.E., M.M.
Eka Purnama Sari, S.E., M.M.

Desain Sampul : Eri Setiawan

Tata Letak : Husnun Nur Afifah

ISBN : 978-623-120-030-3

No. HKI : EC002023138772

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, DESEMBER 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

Eureka Media Aksara bekerjasama dengan
Kolaborasi Buku Eureka

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.

PRAKATA

Puji syukur kami ucapkan kehadiran ALLAH SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan buku yang berjudul Manajemen Kewirausahaan.

Pembahasan dalam buku ini meliputi Konsep Dasar Manajemen, Konsep Dasar Kewirausahaan, Karakteristik Wirausaha, Perencanaan Usaha, Inovasi Dan Kreativitas, Strategi Dan Model Bisnis, Pengorganisasian Usaha, Strategi Menumbuhkan Bisnis, Modal Dan Sumber Daya Usaha, Manajemen Risiko Usaha, Strategi Menyusun Proposal Bisnis, Perkembangan Bisnis E-Commerce, Etika Bisnis Dan Tanggung jawab Perusahaan, Sosial Media Marketing Untuk Wirausaha, Kewirausahaan Digital, Isu-Isu Kewirausahaan Masa Kini.

Pembahasan materi dalam buku ini telah disusun secara sistematis dengan tujuan memudahkan pembaca. Buku ini dihadirkan sebagai bahan referensi bagi praktisi, akademisi, terkhusus mahasiswa yang sedang mengikuti mata kuliah yang berhubungan dengan Kewirausahaan ataupun siapa saja yang ingin mendalami lebih jauh. Terbitnya buku ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada para pembaca mengenai konsep dasar Manajemen Kewirausahaan.

Penulis merasa bahwa Buku Manajemen Kewirausahaan ini jauh dari sempurna, oleh karena itu segala masukan baik berupa saran maupun kritik yang membangun sangat diharapkan. Semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih bagi kepustakaan di Indonesia dan bermanfaat bagi kita semua.

Purbalingga, Desember 2023

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB 1 KONSEP DASAR MANAJEMEN	1
A. Pendahuluan.....	1
B. Konsep Dasar Manajemen.....	2
C. Kesimpulan.....	16
DAFTAR PUSTAKA	18
TENTANG PENULIS.....	21
BAB 2 KONSEP DASAR KEWIRAUSAHAAN	22
A. Pendahuluan.....	22
B. Kewirausahaan.....	24
C. Wirausaha	30
D. Kesimpulan.....	32
DAFTAR PUSTAKA	33
TENTANG PENULIS.....	35
BAB 3 KARAKTERISTIK WIRAUSAHA	36
A. Pendahuluan.....	36
B. Pentingnya Memahami Karakter Sukses Berwirausaha	39
C. Karakteristik Seorang Wirausaha	44
D. Kesimpulan.....	51
DAFTAR PUSTAKA	53
TENTANG PENULIS.....	54
BAB 4 PERENCANAAN USAHA	55
A. Pendahuluan.....	55
B. Pengertian Perencanaan Usaha.....	55
C. Penyusunan Perencanaan Bisnis.....	56
D. Pentingnya Perencanaan Usaha.....	63
E. Fungsi Perencanaan Usaha.....	65
F. Penghambat dalam Perencanaan.....	67
G. Perencanaan Pengembangan Bisnis	68
H. Kesimpulan.....	70

	DAFTAR PUSTAKA.....	71
	TENTANG PENULIS.....	72
BAB 5	INOVASI DAN KREATIVITAS.....	73
	A. Pendahuluan.....	73
	B. Inovasi.....	75
	C. Kreativitas.....	77
	D. Kesimpulan.....	87
	DAFTAR PUSTAKA.....	88
	TENTANG PENULIS.....	89
BAB 6	STRATEGI DAN MODEL BISNIS.....	90
	A. Pendahuluan.....	90
	B. Macam - Macam Strategi dan Model Bisnis.....	91
	C. SWOT.....	94
	D. Kesimpulan.....	96
	DAFTAR PUSTAKA.....	97
	TENTANG PENULIS.....	98
BAB 7	PENGORGANISASIAN USAHA.....	99
	A. Pendahuluan.....	99
	B. Pengorganisasian dan Struktur Organisasi.....	100
	C. Pembagian Kerja.....	101
	D. Departementalisasi.....	103
	E. Rantai Komando.....	107
	F. Rentang Kendali.....	111
	G. Sentralisasi dan Desentralisasi.....	112
	H. Formalisasi.....	113
	I. Kesimpulan.....	114
	DAFTAR PUSTAKA.....	115
	TENTANG PENULIS.....	116
BAB 8	STRATEGI MENUMBUHKAN BISNIS.....	117
	A. Pendahuluan.....	117
	B. Strategi Menumbuhkan Bisnis.....	118
	C. Kesimpulan.....	132
	DAFTAR PUSTAKA.....	135
	TENTANG PENULIS.....	137
BAB 9	MODAL DAN SUMBER DAYA USAHABISNIS.....	138
	A. Pendahuluan.....	138

	B. Modal	139
	C. Kesimpulan.....	151
	DAFTAR PUSTAKA	152
	TENTANG PENULIS.....	153
BAB 10	MANAJEMEN RISIKO USAHA.....	154
	A. Pendahuluan.....	154
	B. Risiko.....	155
	C. Manajemen Risiko.....	158
	D. Kesimpulan.....	169
	DAFTAR PUSTAKA.....	171
	TENTANG PENULIS.....	172
BAB 11	STRATEGI MENYUSUN PROPOSAL BISNIS	173
	A. Pendahuluan.....	173
	B. Ruang Lingkup dan Pengertian Proposal Bisnis.....	175
	C. Tujuan dan Komponen dalam Proposal Bisnis	182
	D. Presentasi dan Persiapan Proposal Bisnis.....	196
	E. Format Proposal Bisnis	198
	F. Menyusun Proposal Dengan Bantuan Internet	203
	G. Presentasi dan Negosiasi dalam Proposal Bisnis	204
	H. Kesimpulan.....	205
	DAFTAR PUSTAKA	207
	TENTANG PENULIS.....	209
BAB 12	PERKEMBANGAN BISNIS <i>E-COMMERCE</i>.....	210
	A. Pendahuluan.....	210
	B. Manfaat Berbisnis <i>E-commerce</i>	214
	C. Perkembangan <i>E-Commerce</i> di Dunia dan di Indonesia.....	216
	D. Kendala Perkembangan <i>E-Commerce</i> di Indonesia dan Dunia.....	225
	E. Perdagangan yang Bisa Menggunakan <i>E-Commerce</i>	235
	F. Apakah <i>E-Commerce</i> Bisa Dihentikan Perkembangannya?.....	237
	G. Apakah <i>E-Commerce</i> Tidak Mematikan Para Pedagang UMKM?.....	240
	H. Perkembangan Perdagangan Dunia Sesudah <i>E- Commerce</i>	250

I.	Persyaratan Suatu <i>E-Commerce</i> Dari Luar Negeri Bisa Masuk ke Indonesia.....	252
J.	Syarat-Syarat Apa Saja Jika Platform <i>E-Commerce</i> Indonesia Bisa Masuk Ke Pasar Internasional?.....	254
K.	Apa Saja yang Merupakan <i>E-Commerce</i> Buatan Indonesia Tetapi Sudah Mendunia.....	256
L.	Bagaimana Seharusnya <i>E-Commerce</i> Dikembangkan.....	258
M.	Kesimpulan	260
	DAFTAR PUSTAKA.....	262
	TENTANG PENULIS.....	264
BAB 13	ETIKA BISNIS DAN TANGGUNG JAWAB PERUSAHAAN	265
A.	Pendahuluan	265
B.	Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial.....	270
C.	Kesimpulan	279
	DAFTAR PUSTAKA.....	281
	TENTANG PENULIS.....	282
BAB 14	SOSIAL MEDIA MARKETING UNTUK WIRUSAHA.....	286
A.	Pendahuluan	286
B.	Pemahaman Dasar Media Sosial	289
C.	Definisi dan Konsep Dasar Media Sosial.....	290
D.	Membangun Kehadiran Online.....	292
E.	Strategi yang Efektif	294
F.	Memahami Algoritma Media Sosial	295
G.	Pemasaran Berbayar di Media Sosial.....	297
H.	Studi Kasus Sukses di Media Sosial.....	299
I.	Tantangan dan Peluang	302
J.	Etika dan Tanggung Jawab dalam Media Sosial Marketing	302
K.	Kesimpulan	303
	DAFTAR PUSTAKA.....	305
	TENTANG PENULIS.....	306

BAB 15	KEWIRAUSAHAAN DIGITAL	307
	A. Pendahuluan.....	307
	B. Ide Bisnis.....	308
	C. Inovasi dan kreativitas.....	309
	D. Kewirausahaan Digital	312
	E. Tantangan Wirausaha di Era Digital	314
	F. Pengembangan Kewirausahaan Digital di Indonesia.....	317
	G. Kesimpulan.....	320
	DAFTAR PUSTAKA	321
	TENTANG PENULIS.....	323
BAB 16	ISU-ISU KEWIRAUSAHAAN MASA KINI.....	324
	A. Pendahuluan.....	324
	B. Transformasi Digital	325
	C. Kewirausahaan Sosial	327
	D. <i>Start-Up</i> dan Ekosistem Inovasi	329
	E. Pemasaran Digital dan Media Sosial	332
	F. <i>Green Entrepreneurship</i> dan Isu Keberlanjutan	334
	G. Wirausaha Perempuan dan Diversitas.....	335
	H. Masa Depan Kewirausahaan.....	337
	I. Kesimpulan.....	338
	DAFTAR PUSTAKA	340
	TENTANG PENULIS.....	344

DAFTAR GAMBAR

Gambar 6. 1. Proses SWOT	95
Gambar 7. 1. Departementalisasi Fungsional	104
Gambar 7. 2. Departementalisasi Geografis.....	104
Gambar 7. 3. Departementalisasi Produk.....	105
Gambar 7. 4. Departementalisasi Proses	106
Gambar 7. 5. Departementalisasi Konsumen.....	107
Gambar 7. 6. Rantai Komando, Wewenang Lini, Wewenang	109
Gambar 9. 1. Modal	139
Gambar 9. 2. Sumber Daya Usaha	145
Gambar 13. 1. Matrik Kemauan dan Kemampuan Berwiraswasta	269
Gambar 15. 1. Ilustrasi Bentuk Kreativitas.....	311
Gambar 15. 2. Inovasi Pembayaran Masa Kini	312
Gambar 15. 3. Model Pilar Pengembangan Kewirausahaan Digital.....	318

DAFTAR TABEL

Tabel 5.1. Kuesioner	80
Tabel 5.2. Lembar Scoring	85
Tabel 5.3. Akumulasi Skor.....	87
Tabel 5.4. Skor Nilai	87
Tabel 7.1. Perbedaan Sentralisasi dan Desentralisasi.....	113
Tabel 15.1. Sektor Industri Pokok, Penetrasi Teknologi, serta Contoh Platform Digital yang Sedang Berkembang di Indonesia	317
Tabel 15.2. Beberapa Figur didalam Pemerintahan yang Terlibat dalam Peran, Hubungan, dan Contoh Penerapan Program untuk Memajukan Kewirausahaan Digital.	319



MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN

Dr. Muhammad Umar A, S.E., M.M.
Novika Wahyuhastuti, S.E., M.Si.
Nurrohmi Ambar Tasriastuti, S.T., S.M., M.M.
Sev Rahmiyanti, S.E., M.Ak.
Wininatin Khamimah, S.E., M.Si.
Muhammad Luqman Hakim, S.E., M.B.A.
H. Fachruddin Razi, M.H.
Hj. Elli Sulistyaningsih, S.E., M.M.
apt., Halimatussa'diyah, S. Farm., M. Kes.
Wirman, S.E., M.Si.
Austin Alexander Parhusip, S.E., M.M.
Dr. Hardin, S.P., M.M.
Mohamad Anggi Samukroni, S.Pd., Gr.
Destiana Kumala, S.Kom., M.M.
Muhammad Syaiful, S.Pd., M.E.
Dindin Nasrudin, M.Pd., M.M.



BAB

1

KONSEP DASAR MANAJEMEN

Dr. Muhammad Umar A, S.E., M.M.
Universitas Alkhairaat Palu

A. Pendahuluan

Manajemen merupakan sebuah disiplin ilmu dan praktik yang mendalam, terkait dengan rangkaian kegiatan yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian, dan pengendalian sumber daya yang beragam, seperti tenaga kerja manusia, keuangan, waktu, dan aset materi. Tujuan utama dari manajemen adalah mencapai target yang telah ditetapkan sebelumnya, baik dalam konteks organisasi maupun dalam pelaksanaan proyek (Damanik *et al.*, 2023).

Manajemen merupakan suatu disiplin ilmu yang terus mengalami perkembangan, dan konsep-konsep dasar ini memiliki kemampuan untuk disesuaikan dengan berbagai situasi dan lingkungan bisnis yang berubah. Meskipun terjadi perubahan kontinu dalam konteks bisnis, pemahaman mengenai konsep dasar manajemen tetap menjadi hal yang sangat krusial untuk mencapai kesuksesan dalam pengelolaan organisasi atau pelaksanaan proyek. Seiring berjalannya waktu, manajemen telah berevolusi untuk menanggapi tantangan dan peluang baru, mengintegrasikan teknologi, dan merespons perubahan dalam nilai sosial dan lingkungan bisnis global. Oleh karena itu, kemampuan untuk memahami dan menerapkan prinsip-prinsip

DAFTAR PUSTAKA

- Damanik, A.S. *et al.* (2023) 'Konsep Dasar Manajemen Peserta Didik', *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 5(1), pp. 3696-3702. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jpdk.v5i1.11601>.
- Fikri, M. (2020). Konsep Dasar Manajemen pendidikan & Peran Standar Operasional Prosedur (SOP). *Konsep Dasar Manajemen Pendidikan & Peran Standar Operasional Prosedur (SOP)*, 24, 1-18.
- Gitosudarmo, I. & Basri. (2002). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: BPFE
- Hanafi, M. (2019). Konsep Dasar dan Perkembangan Teori Manajemen. *Managemen*, 1(1), 66. <http://repository.ut.ac.id/4533/1/EKMA4116-M1.pdf>
- Hariyanto, S. (2018). Sistem Informasi Manajemen. *Sistem Informasi Manajemen*, 9(1), 80-85. <https://jurnal-unita.org/index.php/publiciana/article/viewFile/75/69>
- Khoirudin, M., Syaifuddin, M., & Tambak, S. (2022). Manajemen akademik: konsep dasar dan tujuan. *Jmpis Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 867-876.
- Marti'ah, S. (2017). Kewirausahaan Berbasis Teknologi dalam Perspektif Ilmu Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Edutic*, 3(2), 75-82.
- Mukhtar, N. (2021). Konsep Dasar Manajemen Pendirian Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini. *Journal of Education and Teaching*, 2(2), 237-254. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/JETE>
- Muspawi, M. (2020). Memahami Konsep Dasar Manajemen Peserta Didik. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 20(3), 744. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v20i3.1050>
- Nasution, F. (2019). Konsep Dasar Manajemen Islam. *Dalam Jurnal Tadbir, Volume 1(2)*, 201-202.
- Nazaruddin, Mgs. H. (2018). *Manajemen Strategik*. Palembang:

- Radianto, W. E. (2021). *Strategi dalam konteks pengendalian manajemen*. 7–9.
- Rohmah, N. R., & Ristianah, N. (2023). Konsep Dasar Manajemen Pemasaran. *INTIZAM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(2622–6161), 29–43.
- Rusdiana, H. A. (2018). Kewirausahaan Teori dan Praktik. *Journal for Research in Mathematics Learning*, 2(4), 369.
- Sabang, N. (2016). Konsep Dasar Manajemen dan Koperasi. *Manajemen Koperasi*, 1–41.
- Sinor, J. (2021). Creative Destruction. *American Scholar*, 90(4), 12–13. <https://doi.org/10.1177/0191453714522478>
- Soemitro, R. A. A., & Suprayitno, H. (2018). Pemikiran Awal tentang Konsep Dasar Manajemen Aset Fasilitas. *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas*, 2(0), 1–14. <https://doi.org/10.12962/j26151847.v2i0.4225>
- Sunyoto, D. (2015). Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Cetakan Pertama). CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Syaban, M. (2019). Konsep Dasar Manajemen Pendidikan Islam. *Al-Wardah*, 12(2), 131. <https://doi.org/10.46339/alwardah.v12i2.141>
- Syamsuriansyah et al. (2021) *Konsep Dasar Manajemen Kesehatan*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Terry, G. R. (2013). *Dasar dasar manajemen*. [https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/6350/Bab 2.pdf?sequence=11](https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/6350/Bab%20.pdf?sequence=11)
- Wijaya, C, & Rifa'i, M. (2016). Dasar Dasar Manajemen Mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi Secara Efektif dan Efisien. In *Perdana*. <http://repository.uinsu.ac.id/2836/>
- Yulaekah, Afriza, & Andriani, T. (2023). Konsep Dasar Manajemen Tenaga Pendidik dan Kependidikan. *Ilmu Manajemen*

Terapan, 4(3),
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

443.

TENTANG PENULIS



Dr. Muhammad Umar A, S.E., M.M. Penulis lahir di Palu tanggal 18 September 1985. Penulis dosen tetap pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Alkhairaat Palu. Menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Manajemen, melanjutkan S2 pada Jurusan Megister Manajemen dan melanjutkan S3 pada Jurusan Doktoral Ilmu Ekonomi. Sebagai penulis, ia telah menulis beberapa buku yang diterbitkan oleh penerbit nasional, serta telah memenangkan Hibah beberapa penelitian Kemenristekdikti. Sebagai dosen ia juga aktif menerbitkan hasil penelitiannya pada jurnal internasional bereputasi dan nasional terakreditasi.

BAB 2

KONSEP DASAR KEWIRAUSAHAAN

Novika Wahyuhastuti, S.E., M.Si.
Universitas PGRI Semarang

A. Pendahuluan

Kewirausahaan adalah subjek yang populer di kalangan mahasiswa dan para peneliti. Banyak pemerintah negara di seluruh dunia percaya bahwa kewirausahaan adalah kunci pembangunan ekonomi (Hebert *et al.*, 2011) dan kemajuan ekonomi, (Fajri, 2021). Kemajuan perekonomian di banyak negara salah satunya ditunjang dengan jumlah wirausaha di negara tersebut. Idealnya 5% atau lebih dari jumlah penduduk merupakan wirausaha untuk mendongkrak laju pertumbuhan ekonomi. Sehingga tidak mengherankan jika topik kewirausahaan menjadi begitu populer dan menjadi perhatian serius pemerintah, (Lustono *et al.*, 2023).

Bicara tentang kewirausahaan tidak lepas dari sejarah dan konsep wirausaha itu sendiri. Kewirausahaan sebenarnya dimulai sejak seseorang dilahirkan ke dunia. Artinya kewirausahaan berkaitan dengan sejarah umat manusia di dunia dan sudah ada sejak lama. (Jamaaluddin & Robandi, 2018). Istilah "wirausaha" sudah sangat umum dalam bidang ekonomi. Bahasa Prancis merupakan sumber dari kata *entrepreneur*. Awal mula penggunaan kata ini adalah di tahun 1437 dalam kamus bahasa Prancis. Di kamus tersebut, ada beberapa makna yang mempunyai kesepadanan yaitu *celui qui entreprend quelque chose*,

DAFTAR PUSTAKA

- Alifuddin, M. & Razak, M. (2015) *Kewirausahaan: Strategi Membangun Kerajaan Bisnis*. Jakarta Timur: Magna Script Publishing.
- Darojat, O., & Sumiyati, S. (2013). *Konsep-konsep Dasar Kewirausahaan/ Entrepreneurship*. Tangerang: Universitas Terbuka.
- Davidsson, P. (2003). The Domain Of Entrepreneurship Research: Some Suggestions. In *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth* (Vol. 6, pp. 315-372). JAI Press. [https://doi.org/10.1016/S1074-7540\(03\)06010-0](https://doi.org/10.1016/S1074-7540(03)06010-0)
- Fajri, A. (2021). *PERAN Kewirausahaan Dalam Pembangunan Ekonomi*. 7(2), 2548-5911. <https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v7i2.619>
- Hebert, R. F., Link, A. N., & Nagarajan, K. V. (2011). A History of Entrepreneurship. In *International Journal of Business and Social Science* (Vol. 2, Issue 9). www.ijbssnet.com
- Hoppe, M. (2016). The entrepreneurship concept - a short introduction. *Högre Utbildning*, 6(2), 95-108. Retrieved from <http://www.divaportal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A943504&dsid=6933>
- Jamaaluddin, J., & Robandi, I. (2018). Very Short Term Load Forecasting Using Hybrid Regression and Interval Type -1 Fuzzy Inference. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 434(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/434/1/012209>
- Kearney, C., Hisrich, R., & Roche, F. (2008). A conceptual model of public sector corporate entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(3), 295-313. <https://doi.org/10.1007/s11365-007-0048-x>
- Kusnadi and Novita, Y. (2017) *Kewirausahaan*. Pekanbaru: Cahaya Firdaus.

- Kusumaningrum, R. *et al.* (2021) *Kewirausahaan Dasar*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Landstrom, H. (2005) 'Pioneers in Entrepreneurship and Small Business Research'. Available at: <https://doi.org/10.1007/b102095>.
- Lustono *et al.* (2023) *Kewirausahaan (Tren Manajemen Bisnis di Era Digital)*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Syariati, A. (2022) *Kewirausahaan (Cara Mudah Memulai Bisnis)*. Gowa - Sulawesi Selatan: Pusaka Almaida.
- Tripathi, D. (2011). Robert F. Hebert and Albert N. Link, A History of Entrepreneurship, London & New York: Routledge, 2009, 121 pp. *The Journal of Entrepreneurship*, 20(1), 143-147. <https://doi.org/10.1177/097135571002000107>

TENTANG PENULIS



Novika Wahyuhastuti, S.E., M.Si. Penulis lahir di Semarang tanggal 19 November 1978. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang. Menyelesaikan pendidikan S1 pada jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang dan S2 pada jurusan Sains Manajemen di Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto. Penelitian yang dilakukan di bidang Kewirausahaan, Manajemen Keuangan, Manajemen Pemasaran, dan Pendidikan Ekonomi. Saat ini menjabat sebagai Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang.

BAB 3

KARAKTERISTIK WIRAUSAHA

Nurrohmi Ambar Tasriastuti, S.T., S.M., M.M.
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Nusantara Semarang

A. Pendahuluan

Genap di usia ke-100 tahun kemerdekaan Republik Indonesia, tahun 2045 Indonesia dipersiapkan menjadi negara dengan kekuatan ekonomi besar dunia ke-4 setelah Amerika, China dan India. Proses pembangunan Indonesia di berbagai bidang saat ini dijalankan oleh pemerintah *Road to Indonesia Maju Tahun 2045*. Pada kurun waktu antara periode 2030 hingga 2040, Indonesia diprediksi mengalami bonus demografi, yaitu kondisi dimana terjadi peningkatan penduduk usia produktif (antara 16 tahun sampai dengan 65 tahun). Pendapatan per kapita Indonesia pada tahun 2045, diperkirakan mencapai 320 juta rupiah, atau mengalami kenaikan hampir 6 kali lipat dari posisi saat ini yaitu sebesar 56 juta rupiah. Prediksi jangka Panjang terhadap perekonomian Indonesia ini cukup mendasar. Populasi Indonesia yang cukup besar didominasi oleh kaum muda (milenial dan Gen-Y) dan penduduk usia produktif. Pertama, diperkirakan Indonesia mulai memasuki fase penuaan (*aging*) di tahun 2037. Kedua, sumber daya manusia Indonesia yang besar dan beragam diharapkan mampu secara kualitas menguasai teknologi, produktif dan inovatif; serta memiliki kemampuan mentransformasikan ekonominya. Ditambah lagi, Indonesia juga memiliki pasar yang besar, sehingga

DAFTAR PUSTAKA

- Barringer, B. R. & Ireland, R. D. (2016). *Entrepreneurship Successfully Launching New Ventures. 5th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice-Hall, Inc.
- Indarto & Santoso, D. (2020). *Karakteristik Wirausaha, Karakteristik Usaha dan Lingkungan Usaha Penentu Kesuksesan Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis (Jurnal Ilmiah Universitas Semarang)*. 13 (1) (2000) 54-69.
- Kusumaningrum, R. *et al.* (2021) *Kewirausahaan Dasar*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Lustono *et al.* (2023) *Kewirausahaan (Tren Manajemen Bisnis di Era Digital)*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- McGrath, G.R., & MacMillan, J. (2000). *Entrepreneurial Mindset: Strategies for Continuously Creating Opportunity in an Age of Uncertainty*. Brighton, MA: Harvard Business School Press Books.
- Meredith, G. (2000). *Kewirausahaan: Teori dan Praktek*. Jakarta: Pustaka Binaan Pressido.
- Sanawiri, B. & Iqbal, M. (2018). *Kewirausahaan*. Malang: UB Press.
- Subagyo, A. Hidayat, E. W. & Syahrudin. (2018). *Kewirausahaan (Untuk Bisnis Start-Up)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Steinhoff D., Burgess, J.F. (1993). *Small Business Management Fundamentals, 6th Edition*. New York: McGraw Hill Inc.
- Suryana. (2014). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses, Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryana, Y. & Bayu, K. (2010). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Zimmerer, T. W. & Scarborough, N. M. (2008). *Entrepreneurship and The New Venture Formation*. New Jersey: Prentice-hall International, Inc.

TENTANG PENULIS



Nurrohmi Ambar Tasriastuti, S.T., S.M., M.M. Lahir di Semarang, 25 Desember 1974. Lulus SMA Negeri 1 Semarang tahun 1993, kuliah pada Program Sarjana Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Diponegoro (UNDIP) Semarang, hingga memperoleh gelar Sarjana Teknik (ST) pada tahun 1998. Tahun 2011 menempuh Pendidikan Pasca Sarjana pada Program Studi Manajemen di Universitas Semarang (USM). Gelar Magister Manajemen (MM) diperoleh tahun 2013. Pengalaman kerja di dunia pendidikan diawali saat bergabung sebagai Pengurus Yayasan Pendidikan Nasional Pelita Nusantara (YPN PENA) Semarang. Tahun 2015 menempuh studi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Nusantara (STIE PENA). Tahun 2019 memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) dan bergabung di STIE PENA Semarang sebagai dosen tidak tetap. Melalui SK Ketua YPN PENA, Mei 2021, diangkat menjadi dosen tetap pada Program Studi Manajemen STIE PENA, hingga saat ini. Pada tahun yang sama ditunjuk sebagai Sekretaris SPMI Periode Tahun 2021-2025.
Email: n.ambartasriastuti@gmail.com

BAB

4

PERENCANAAN USAHA

Sev Rahmiyanti, S.E., M.Ak.
Universitas Banten Jaya

A. Pendahuluan

Dalam menjalankan usaha diharuskan melakukan inovasi untuk menghasilkan keunikan sehingga akan menciptakan dan mencapai yang diharapkan. Dalam hal ini yang penting dilakukan adalah perencanaan usaha, untuk menunjukkan bahwa seorang wirausaha serius dalam menjalankan usahanya. Perencanaan usaha menjauhi aspek penyebab kekalahan, untuk memperkirakan beragam serangan.

Perencanaan usaha harus dirancang sebaik mungkin, ini merupakan awal dari kegiatan berusaha. Jika mengalami kegagalan akan timbul masalah dalam menjalankan usaha. Pembentukan planning bisnis merupakan perilaku kesungguhan menjalan bisnis, harus bertanggung jawab dan sungguh-sungguh dalam menjalankan usaha, hal ini akan dapat memaksimalkan usaha yang dijalankan.

B. Pengertian Perencanaan Usaha

Wirausahawan adalah seorang yang mengatur, mengelola dan berani mengambil risiko untuk menciptakan kegiatan usaha dan peluang usaha baru (Suryana, 2003). Dalam menjalankan usaha maka dilakukan planning sesuai serta detail, dikarenakan planing bisnis adalah peranan yang penting agar berjalan sesuai baik serta benar, termasuk memilih pelaksanaan melakukannya,

DAFTAR PUSTAKA

- Bangs, J.D.H. (1995) *Pedoman Langkah Awal Menjalankan Usaha*. Jakarta: Erlangga.
- Bygrave, & William, D. (1994) *The Portable MBA in Entrepreneurship*. New York: John Willey & Sons, Inc.
- Glueck, W. F. & Jauch, L. R. (1998) *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. 'Terjemahan Murad dan AR Hendry Sitanggang. Jakarta: Erlangga.
- Handoko (2003) *Manajemen Sumber Daya Manusia dan Perusahaan*. Edisi Kedua. BPFE: Yogyakarta.
- Listyaningsih (2014) *Administrasi Pembangunan, Pendekatan Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nining (2008) ' Analisis Kesesuaian Tugas Pokok dan Fungsi dengan Kompetensi Pegawai pada Sekretariat Pemerintah Kota Makasar.', *Universitas Hasanudin* [Preprint].
- Prajudi, A. (2007) *Dasar-dasar Ilmu Administrasi*. Yogyakarta: Ghalia Indonesia.
- Robbins, S. and Coulter, M. (2003) *Management*. 7th ed. Up. Edited by Prentice-Hall.
- Siagian (2002) *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*. Jakarta: Asdi Mahasatya.
- Siagian (2003) *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi satu. Jakarta: Bumi Aksara.
- Suryana (2003) *Kewirausahaan*. Cetakan ke. Jakarta: Salemba Empat.

TENTANG PENULIS



Sev Rahmiyanti, S.E., M. Ak. Lahir di Jakarta pada tanggal 12 Januari, dosen tetap Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Banten Jaya. Pendidikan S1 Program Studi Akuntansi Universitas Gunadarma, melanjutkan S2 Pascasarjana Program Studi Akuntansi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Menjabat Ketua Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Banten Jaya. Aktif beberapa organisasi sebagai pengurus: Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) wilayah Banten pengurus Bidang Akuntansi Sektor Bisnis periode 2023-2026, Asosiasi Dosen Akuntansi Indonesia (ADAI) wilayah Banten pengurus Bidang Pendidikan dan Pengajaran periode 2023-2028, Pusat Pengembangan Keahlian (Skill Development Center) Serang pengurus Bendahara periode 2020-2024 dan Aliansi Penyelenggara Perguruan Tinggi Indonesia (APPERTI) Banten pengurus Wakil Bendahara II periode 2018-2022. Memiliki kepakaran di bidang Akuntansi, Akuntansi Manajemen dan Kewirausahaan. Mengajar mata kuliah Pengantar Akuntansi, Akuntansi Manajemen, Budgeting, dan Studi Kelayakan Bisnis. Aktif sebagai peneliti dan pengabdian kepada masyarakat di bidang kepakaran tersebut. Ini merupakan karya ketiga dalam penulisan.

BAB 5 | INOVASI DAN KREATIVITAS

Wininatin Khamimah, S.E., M.Si.

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

A. Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi telah membawa perubahan luas bagi kehidupan masyarakat. Perubahan dalam berkomunikasi, bersosialisasi, bertransaksi, bekerja dan lain-lain. Masyarakat dunia termasuk Indonesia telah masuk era disrupsi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), disrupsi adalah hal yang tercabut dari akarnya. Dalam kehidupan sehari-hari, disrupsi berarti sedang terjadi perubahan fundamental atau mendasar, yaitu evolusi teknologi yang menyasar sebuah celah kehidupan manusia Kasali dalam (Jumiati, 2020).

Era disrupsi dan Pandemi Covid 19 yang dialami bangsa Indonesia selama sekitar 2,5 tahun telah menjadi seleksi alam bagi dunia usaha. Siapa yang tangguh, mampu berpikir kreatif dan inovatiflah yang mampu bertahan saat yang lain bisnisnya bertumbangan. Saat Pandemi Covid 19, banyak bisnis terpuruk tetapi banyak juga bisnis baru bermunculan akibat pandemi ini. Orang-orang kreatif dan inovatif yang mampu bertahan bahkan menangkap peluang di tengah situasi sulit ini. Sebagai contoh, pengusaha hotel yang mengubah kolam renangnya menjadi kolam lele, karena kolam renangnya menganggur karena tidak ada tamu hotel akibat Pandemi Covid 19. Manusia kreatif selalu bisa membaca perubahan, menyesuaikan dengan keadaan,

DAFTAR PUSTAKA

- Alifuddin, M. & Razak, M. (2015) *Kewirausahaan: Strategi Membangun Kerajaan Bisnis*. Jakarta Timur: Magna Script Publishing.
- Jumiati, E. (2020). *Ekonomi Digital: Peluang dan Tantangan*. Bogor: Mitra Wacana Media.
- Kasali, R. et al. (2010). *Modul Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Strata 1, Bank Mandiri dan Rumah Perubahan*, Jakarta.
- Khamimah, W. (2021), Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia, Volume 4 No. 3, Jurnal Disrupsi Bisnis, Universitas Pamulang
- Kleysen, R. F., & Street, C. T. (2001). Toward a multi-dimensional measure of individual innovative behavior. *Journal of Intellectual Capital*, 2(3), 284–296. <https://doi.org/10.1108/EUM000000005660>
- Saiman, L. (2014), *Kewirausahaan: Teori, Praktek dan Kasus-kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
- Slamet, F., Tunjungsari, HK., & Ie, M. (2014). *Dasar-Dasar Kewirausahaan: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Indeks.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Proses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wahyudi, S. (2019). *Teori Inovasi: Sebuah Tinjauan Pustaka*, Jurnal Valuta Vol. 5 No 2.

TENTANG PENULIS



Wininatin Khamimah, S.E., M.Si. Penulis lahir di Lamongan, Jatim pada 5 Mei 1970. Penulis menjadi dosen tetap pada Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya sejak 2015 - sekarang. Sebelumnya sebagai research assistant di Natural Resources Management Project (BAPPENAS-USAID), sekretaris Pemimpin Redaksi Majalah Warta Ekonomi, Manajer Riset dan Dokumentasi Majalah Warta Ekonomi Jakarta. Menyelesaikan pendidikan S1 di FEB Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Universitas Brawijaya, S2 di Program Studi Pengembangan SDM Universitas Airlangga. Penulis aktif mendaur ulang sampah plastik menjadi ecocraft dan giat mensosialisasikan ecopreneurship. Motivasi: Life is just a matter of choice. Karya yang sudah diterbitkan: Buku Inspirasi Perempuan: Teladan, Optimis, Produktif, Yayasan Bumi Suci Indonesia, Jakarta 2022, Artikel Jurnal Ilmiah Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia dan lain-lain.

BAB 6

STRATEGI DAN MODEL BISNIS

Muhammad Luqman Hakim, S.E., M.B.A.

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta)

A. Pendahuluan

Strategi dan model bisnis merupakan salah satu cara yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan yang maksimal dengan digambarkan dalam konsep model. Usaha yang memiliki prospek yang bagus, perlu mempertimbangkan strategi dan model bisnis kedepannya. Usaha memikirkan yang perlu dilakukan agar usaha terus maju dan berkembang.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) perlu terus melakukan inovasi agar usaha yang dijalankan tetap eksis dan bertahan dari perubahan iklim ekonomi dan pasar yang kian cepat. Teknologi dengan memanfaatkan ecommerce merupakan salah satu alat untuk bisa berkembang dan diferensiasi produk dengan UMKM yang lainnya, (Widiyarti, 2023).

Bisnis yang berkembang diikuti oleh strategi dan model bisnis yang bagus. Strategi dan model bisnis tersebut bisa tercipta setelah melalui proses yang panjang. Jangan terlalu gegabah dengan melakukan keputusan yang bisa merugikan banyak pihak. Salah satu contoh usaha agar cepat berkembang menggunakan strategi franchise dimana menjual ide dan merek dagang. Namun karena belum kuat akhirnya banyak UMKM hasil dari franchise terancam gulung tikar (Lestari, 2023).

DAFTAR PUSTAKA

- Lestari, H. P. (2023). *Duduk Perkara Franchise Menantea Milik Jerome Polin diduga Tipu - Tipu*. Diakses 12 April 2023. <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20230326/263/1640569/duduk-perkara-franchise-menantea-milik-jerome-polin-diduga-tipu-tipu>
- Ritson, N. (2019). *Business Strategy and Strategic Planning: A Definition and Definitive Guide*. London United Kingdom: Bookboond
- Widiyarti, Y. (2023). *Perlunya UMKM Terus Berinovasi, Pengamat Sebut Alasannya*. Diakses 21 Juni 2023. <https://gaya.tempo.co/read/1739505/perlunya-umkm-terus-berinovasi-pengamat-sebut-alasannya>

TENTANG PENULIS



Muhammad Luqman Hakim, S.E., M.B.A.
Lahir di Jakarta, 4 Juni 1996. Penulis menyelesaikan gelar Master Business Administration (M.B.A.) Jurusan Magister Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Gadjah Mada di tahun 2021. Penulis menyelesaikan gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) di IAIN Surakarta tahun 2018 dan

Alumni INDEF School of Political Economy (ISPE) batch XVI tahun 2019. Pengalaman organisasi pernah menjadi Ketua Umum Komunitas Penerima Beasiswa Bank Indonesia tahun 2017 dan menjadi Koordinator Forum Silaturahmi Studi Ekonomi Islam (FoSSEI) wilayah Kota Solo tahun 2016. Prestasi menulis yang pernah ia raih menjadi juara II Lomba Esai tingkat Nasional tahun 2015 dan pernah menjadi presenter dalam Konferensi Internasional Islamic Economic tahun 2016. Aktivitas lainnya menjadi program We Go to Singapore by visiting NTU & NUS tahun 2019. Saat ini penulis menjadi Dosen Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta).

Email : luqmanalhakim46@gmail.com

FB : muhammadluqmanhakim27@yahoo.co.id

IG : [luqmanhakim2722](https://www.instagram.com/luqmanhakim2722)

Web : luqmanalhakim46.blogspot.co.id

BAB

7

PENGGORGANISASIAN USAHA

H. Fachruddin Razi, M.H.
Universitas Batanghari (UNBARI) Jambi

A. Pendahuluan

Berbicara mengenai kewirausahaan, tidak lepas dari konsep ilmu manajemen. Manajemen diperlukan untuk pengelolaan suatu usaha atau bisnis. Lalu apa kaitannya dengan Pengorganisasian? Apa tujuan pengorganisasian, mengapa perannya begitu penting hingga kerap kali muncul ketika membicarakan konsep manajemen, bahkan menjadikannya salah satu fungsi dalam konsep ilmu manajemen. Secara lebih luas, membahas pengorganisasian meliputi bagaimana merancang struktur organisasi dengan rancangan dasar, adapula rancangan adaptif, kemudian bagaimana perannya dalam tujuan mengelola sumber daya manusia (SDM), serta bagaimana menciptakan dan mengelola tim. Semua itu dimaksudkan untuk menjalankan konsep manajemen dimana berupaya mencapai tujuan atau visi sebuah organisasi atau institusi atau usaha/bisnis melalui sumber daya yang dimiliki.

Bab ini akan disajikan secara ringkas, padat, namun menyeluruh, dan berfokus pada pembahasan mendasar mengenai pengorganisasian yang dinilai penting dan cukup mampu memberikan gambaran kepada wirausaha atau pelaku usaha atau bisnis. Pembahasan dalam Bab ini dimulai dengan menjelaskan konsep dasar Pengorganisasian dan Struktur

DAFTAR PUSTAKA

- Robbins, S.P. and Coulter, M. (2016) *Manajemen*. Edn 13. Diterjemahkan oleh B. Sabran. dan D.B. Putera. Jakarta: Erlangga.
- Tewal, B. Adolfina. Pandowo, M.C.H. & Tawas, H.N. (2017) *Perilaku Organisasi*. Bandung: CV. Patra Media Grafindo.

TENTANG PENULIS



Fachruddin Razi, M.H. Penulis merupakan Putra Daerah Jambi, kelahiran 04 April 1951. Penulis adalah Dosen Aktif pada Program Studi Ilmu Hukum Universitas Batanghari (UNBARI) Jambi. Penulis menyelesaikan Pendidikan S1 pada Universitas Jambi dan S2 pada Universitas Langlangbuana Bandung.

Selain bidang Hukum yang menjadi spesialisasi Penulis, Penulis juga aktif di berbagai bidang, mulai dari bidang Sosial, Pendidikan, Pemerintahan, Budaya, Keagamaan, hingga Kewirausahaan. Penulis telah aktif dan berkarya di berbagai kegiatan dan Organisasi sejak di bangku Sekolah hingga kini. Karir Penulis, baik sebagai ASN maupun Swasta, diantaranya ASN pada Departemen Perindustrian, Anggota DPR RI, Anggota Dewan Komisaris PTPN VI, hingga Rektor pada Universitas Batanghari (UNBARI) Jambi.

BAB 8

STRATEGI MENUMBUHKAN BISNIS

Hj. Elli Sulistyaningsih, S.E., M.M.
Universitas Borobudur

A. Pendahuluan

Salah satu hal yang penting diperhatikan oleh perusahaan dalam kesehatan jangka panjang ialah bagaimana mengetahui bagaimana strategi pertumbuhan bisnis. Strategi pengembangan bisnis yang kuat perlu diidentifikasi dan diimplementasi segera mungkin. Pertumbuhan bisnis tidak hanya memperlihatkan bahwa perusahaan dapat beroperasi dengan baik, namun mengarah kepada tingkat laba yang diinginkan dan dapat menjadi perusahaan yang berkesinambungan dan berkelanjutan.

Setelah mempelajari bab ini, pembaca diharapkan dapat memahami dan menjelaskan kembali tentang merumuskan visi dan misi, memahami teknik pemasaran dan promosi, memahami strategi dalam membangun brand produk, mengenal unsur analisis SWOT, memahami manfaat teknologi digital, mengetahui cara meningkatkan pelayanan pelanggan, memahami pengembangan inovasi produk, mengenal pengembangan kemitraan dengan pemasok dan distribusi, memahami strategi memperluas pasar, mengetahui peran kepemimpinan dalam upaya menumbuhkan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Bangun, W. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Erlangga.
- Dhisasmito, P. P., & Kumar, S. (2020). Understanding customer loyalty in the coffee shop industry (A survey in Jakarta, Indonesia). *British Food Journal*.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship*. Harper & Row, Publishers, Inc, London.
- Furoida, F., & Maftukhah, I. (2018). The Influence of Service Quality and Store Atmosphere on Customer Loyalty through Customer Satisfaction. *Management Analysis Journal*, 7(2), 163-170.
- Guillén, M. J. Y., & Rubio, N. (Eds.). (2019). *Customer Loyalty and Brand Management*. MDPI.
- Hendy, S., & Keni, K. (2019). Pengaruh Brand Image, Service Quality, dan Customer Relationship Management Terhadap Customer Loyalty. *Jurnal Internasional Coffee Organization* (2019), Coffee Development Report Internasional Coffee Organization. Diakses pada 12 Januari 2020 dari <http://www.ico.org/documents/cy2018-19/ed-2318e-overviewflagshipreport.pdf>
- Kartikasari, A., & Albari, A. (2019). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Loyalty. *Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business*, 3(1), 49-64.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management*. 15th. Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Reichheld, F. F. (1996). *The Loyal Effect; the hidden force behind growth, profit, and lasting value*, Harvard Business Scholl Press, English.
- Rochaety, E. (2017). *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Suryadi, A. & Wicaksono, D. P. (2023). *Pemasaran Digital*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F. & Diana, A. (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Widodo, A. S. (2012). *Buku Ajar Kewirausahaan, Entrepreneur Agribusiness, Start Your Own Business*. Yogyakarta: Jaringan Inspiratif

TENTANG PENULIS



Hj. Elli Sulistyarningsih, S.E., M.M. Penulis lahir di Jakarta tanggal 10 Mei 1975. Penulis adalah dosen tetap pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Borobudur dan Staf Front End Divisi Consumer Risk Bank Mandiri, Menyelesaikan pendidikan S1 Ekonomi jurusan Manajemen di Universitas Borobudur dan melanjutkan S2 Magister Manajemen di Universitas Borobudur, Penulis aktif di forum dan perkumpulan praktisi HR dan juga seorang Trainer dan Asesor BNSP. Beliau mulai menulis dan meneliti sejak tahun 2015.

BAB 9

MODAL DAN SUMBER DAYA USAHA

apt. Halimatussa'diyah, S. Farm., M. Kes.
Poltekkes Kemenkes Jambi

A. Pendahuluan

Dunia usaha mempunyai peranan penting dalam meningkatkan taraf hidup suatu bangsa, karena kemajuan suatu bangsa identik dengan kekuatan basis perekonomiannya. Keberhasilan semua usaha, baik pemerintah maupun swasta, sangat dipengaruhi oleh besarnya modal, keterampilan sumber daya manusia, ketersediaan sumber daya alam, kondisi perekonomian, dan kondisi lingkungan usaha. Modal merupakan kekuatan hidup suatu perusahaan. Modal dapat berarti uang dan kredit yang dibutuhkan untuk memulai dan menjalankan bisnis. Kebutuhan modal pada hakikatnya adalah kebutuhan untuk operasional jangka pendek, yakni kurang dari satu tahun atau satu siklus akuntansi perusahaan, modal kerja terlebih dahulu harus direncanakan dengan cermat dan baik serta dikelola dengan terampil. Kelebihan dan kekurangan perusahaan harus diperhatikan. Kelebihan dana menyebabkan tidak terpakainya cadangan kas yang secara langsung maupun tidak langsung merugikan perusahaan, sedangkan defisit berdampak pada operasional perusahaan. Enam Elemen dalam sumber daya usaha adalah man, money, methods, machines, materials dan harus dikelola dengan baik untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pencapaiannya hasil Unsur

DAFTAR PUSTAKA

- Berlianasari, N. (2016). 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei)', pp. 1-23.
- Mamu, M., Pelleng, F. A., & Kelles, D. (2012) 'Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2012', *Undang-undang nomor 17 tahun 2012*, (August), p. 32.
- Nabawi, N. & Basuki, B. (2022) 'Kualitas Sumber Daya Manusia Dan Modal Usaha Pengaruhnya Terhadap Pengembangan Usaha Umkm', *AL-ULUM : Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 8(1), pp. 111-120. Available at: <https://doi.org/10.31602/alsh.v8i1.6837>.
- Rahmawati, A. Y. (2020) "Pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan apotek cabang pardasuka kecamatan limau", (July), pp. 1-23.
- Wichaksana, A. (2020) 'Produk Kreatif dan Kewirausahaan Sumber Daya Usaha', Kompetensi Keahlian Perhotelan.

TENTANG PENULIS



apt. Halimatussa'diyah, S.Farm., M.Kes.

Penulis lahir di Jambi tanggal 16 Mei 1983. Penulis adalah seorang apoteker dan dosen pada Program Studi D3 Farmasi Poltekkes Kemenkes Jambi. Menyelesaikan Pendidikan S1 di STIKES Harapan Ibu Jambi Jurusan Farmasi, dan S2 di Universitas Kader Bangsa Palembang

serta profesi Apoteker di Universitas Andalas. Penulis menekuni ilmu Farmasi, khususnya di bidang obat tradisional. Motivasi penulis supaya semakin memperdalam ilmu modal dan sumber daya usaha. Karya yang telah dibuat ialah penelitian mengenai uji daya hambat salep kombinasi ekstrak daun cocor bebek (*kalanchoe pinnata*) dan ekstrak lidah buaya (*aloe vera*) terhadap bakteri *staphylococcus aureus*. Uji sifat fisik gel antiseptik tangan kombinasi ekstrak daun cocor bebek (*kalanchoe pinnata*) dan ekstrak lidah buaya (*aloe vera*) dengan variasi konsentrasi *hydroxyl propyl metil cellulose* (HPMC).

BAB 10 | MANAJEMEN RISIKO USAHA

Wirman, S.E., M.Si.

Universitas Singaperbangsa Karawang (Unsika) Jawa Barat

A. Pendahuluan

Dalam dunia yang semakin berkembang ini, manajemen risiko menjadi hal yang sangat krusial dalam konteks bisnis ataupun usaha, terutama di era dinamika pasar global dan ketidakpastian yang terus berkembang pesat. Organisasi dan bisnis harus selalu beroperasi dalam lingkungan yang kompleks, dimana perubahan cepat, pergeseran teknologi, dan dinamika pasar dapat memberikan dampak signifikan terhadap tujuan dan kinerja mereka. Oleh karena itu, pengelolaan risiko menjadi sebuah kebutuhan yang cukup mendesak guna meminimalkan dampak negatif dan sekaligus memanfaatkan peluang yang muncul.

Selain itu, dalam era globalisasi ini, peluang dan risiko dapat muncul dari berbagai sudut, termasuk perubahan teknologi, persaingan yang semakin ketat, dan dinamika pasar yang terus berubah. Manajemen risiko tidak hanya berfungsi sebagai langkah pencegahan terhadap potensi risiko negatif, tetapi juga sebagai alat untuk mengidentifikasi dan mengambil keuntungan dari peluang-peluang yang dapat meningkatkan keunggulan kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- BAB II KAJIAN PUSTAKA 2.1
Pengertian Risiko.
<https://sinta.unud.ac.id/uploads/wisuda/1391561009BAB%20II%2017.06.2016.pdf>
- Hanafi, M. M. (2017). *Manajemen Risiko*, Edisi Ketiga. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Kategori Risiko (Definisi) - tinjauan 15 Kategori Risiko Teratas, Know.*
Available at: <https://id.know-base.net/7579200-risk-categories> (Accessed: 16 September 2023).
- Khalid H. (2020). 6 Tahapan Penting dalam Penerapan Manajemen Risiko - Indonesia Safety Center. Indonesia Safety Center. Published March 19, 2020. Accessed September 14, 2023. <https://indonesiasafetycenter.org/6-tahapan-penting-dalam-penerapan-manajemen-risiko/>
- Manajemen Risiko Pengertian, Ciri, Tujuan, Manfaat, dan Prinsip. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU. Published July 3, 2023. Accessed September 14, 2023. <https://feb.umsu.ac.id/manajemen-risiko-pengertian-ciri-tujuan-manfaat-dan-prinsip/>
- Novi V. (2021) Manajemen Risiko: Pengertian, Manfaat, Tujuan, Prinsip dan Langkah- langkahnya - Gramedia Literasi. Gramedia Literasi. Published March 2021. Accessed September 14, 2023. <https://www.gramedia.com/literasi/manajemen-risiko/>
- PM 2021: Arti manajemen risiko menurut ahli. Kemdikbud.go.id. Published October 25, 2021. Accessed September 14, 2023. [https://lmsspada.kemdikbud.go.id/mod/forum/discuss.php?d=3429#:~:text=Darmawi%20\(2014\),dan%20efisiensi%20yang%20lebih%20tinggi.](https://lmsspada.kemdikbud.go.id/mod/forum/discuss.php?d=3429#:~:text=Darmawi%20(2014),dan%20efisiensi%20yang%20lebih%20tinggi.)

TENTANG PENULIS



Wirman, S.E., M.Si. Lahir di Pariaman, 4 Juli 1961. Penulis lulus Sarjana Ekonomi (S. E), Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Bung Hatta (UBH) di Padang pada tahun 1989, dilanjutkan dengan Pendidikan Program Magister Akuntansi (M. Si) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman (Unsoed)) diraih pada tahun 2015. Sejak tahun 2016 sampai sekarang penulis mengabdikan sebagai dosen tetap pada Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Singaperbangsa Karawang (Unsika) Jawa Barat. Penulis juga sering melakukan penelitian dan menulis jurnal dari hasil penelitian dalam bentuk luaran Publikasi Nasional yang terakreditasi. Sebagai salah satu penulis dalam buku ini, saya berharap semoga buku ini memiliki manfaat yang besar khususnya untuk para mahasiswa dan rekan akademisi. Terimakasih. Salam.

BAB 11

STRATEGI MENYUSUN PROPOSAL BISNIS

Austin Alexander Parhusip, S.E., M.M.
Universitas Potensi Utama

A. Pendahuluan

Dalam era bisnis yang semakin kompetitif, kemampuan untuk mengartikulasikan ide bisnis dengan jelas dan meyakinkan menjadi kunci utama untuk mencapai kesuksesan. Dunia bisnis modern juga menuntut inovasi, visi yang kuat, dan kesiapan untuk berbagi gagasan dengan orang lain. Sebagai pengusaha, kewirausahaan, atau individu yang ingin mengembangkan bisnis, kemampuan untuk menyusun proposal bisnis yang efektif adalah kunci kesuksesan. Salah satu alat yang paling penting dalam wadah ini adalah proposal bisnis. Sebuah "proposal bisnis yang efektif" bukan hanya merupakan dokumen formal belaka; itu adalah "pintu gerbang" yang membuka peluang untuk mengamankan investasi, mendapatkan dukungan, atau menjalin kemitraan strategis yang vital.

Sebagian besar pengusaha dan profesional bisnis telah mengalami momen ketika mereka memiliki gagasan yang brilian, tetapi mereka kesulitan untuk meyakinkan orang lain tentang potensi ide tersebut. Bagaimana kita menyajikan gagasan kita, bagaimana kita merinci rencana tindakan, dan bagaimana kita mengomunikasikan nilai yang kita tawarkan akan menjadi faktor penentu dalam kesuksesan bisnis kita.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Idrus, S. & MM, M.A., 2017. *"Strategi pembelajaran kewirausahaan: aplikasi pembelajaran mata kuliah kewirausahaan di perguruan tinggi.* Media Nusa Creative (MNC Publishing)".
- Alkaf, F.T., (2020). *Pengantar Kewirausahaan.* Jakarta: Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Pancasila
- Ananda, R. & Rafida, T., (2016). *Pengantar kewirausahaan: Rekayasa akademik melahirkan entrepreneurship.* Medan: Perdana Publishing.
- Baglione, S.L. & Zimmerer, T., (2008). *"Tomorrow's Fortune 500 Companies: Critical Forces in Service and Manufacturing Firms. Journal of Applied Management and Entrepreneurship, 13(1), p.50"*.
- Cahyono, G. H., (2018). *"Kewirausahaan dan Inovasi dalam E-Commerce. Swara Patra: Majalah Ilmiah PPSDM Migas," 8(1), pp.80-92.*
- Darojat, O. & Sumiyati, S., (2015). *"Konsep-konsep Dasar Kewirausahaan/ Entrepreneurship. Pendidikan Kewirausahaan, pp.1-53"*.
- Deming, W.E., (1991). *W. Edwards Deming.* Madonna University.
- Hasibuan, A., et al. (2021). *Kewirausahaan dan UMKM.* Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hastuti, P., "et al. (2020). *Kewirausahaan dan UMKM.* Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Klyver, K., Hindle, K. & Meyer, D., (2008). *"Influence of social network structure on entrepreneurship participation – A study of 20 national cultures. International Entrepreneurship and Management Journal, "4, pp.331-347.*
- Manap, A., (2016). *"Revolusi manajemen pemasaran.* Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Mastuti, I., (2012). *Virus "Mompreneur! Kiat-kiat Menjadi Ibu dengan Memulai dan Mengembangkan Bisnis Sendiri*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama".
- Porter, M. E. (1980). *Techniques for analyzing industries and competitors. Competitive Strategy*. New York: Free".
- Rahman, A., et al. (2021). *Pengantar Kewirausahaan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Ries, A. & Trout, J., (1986). "Marketing warfare. *Journal of Consumer Marketing*," 3(4), pp.77-82.
- Rukka, M.R., (2011). "Buku ajar kewirausahaan-1. *Makassar: Lembaga Kajian dan Pengembangan Pendidikan Universitas Hasanuddin*".
- Sunarya, P. A. & Saefullah, A., (2011). *Kewirausahaan*. Yogyakarta: ANDI.
- Whicher, S. E., (2017). "*Freedom and fate: An inner life of Ralph Waldo Emerson*. University of Pennsylvania Press".
- Zimmerer, T. W. & Scarborough, N. M. (2008). *Entrepreneurship and The New Venture Formation*. New Jersey: Prentice-hall International, Inc.
- Zimmer, A. & Bräuer, S., (2014). "The development of social entrepreneurs in Germany. *Mü finster: Institut für Politikwissenschaften*.
- Zimmerer, C., (2014). "*Nachhaltige Produktentwicklung: Integration der Nachhaltigkeit in den Produktentstehungsprozess*. disserta Verlag".
- Zimmerer, T. & Scarborough, N.M., (1996). *Entrepreneurship and new venture formation*. Prentice Hall
- Zubairu, "U.M., Dauda, C.K., Paiko, I.I. and Sakariyau, O.B., (2015). The moral entrepreneur. *Terengganu International Management and Business Journal* Volume V, Issue 2: 22-30.

TENTANG PENULIS



Austin Alexander Parhusip, S.E., M.M.
Penulis lahir di Medan pada 16 Agustus 1978 dan sekarang masih tinggal di Medan. Menyelesaikan pendidikan dasar di SD Negeri 060846, dan melanjutkan pendidikan di SMP Swasta Methodist-8, Medan tahun 1991 dan 1994. setelah setekah itu melanjutkan

pendidikan di SMA negeri 3 medan dari tahun 1994 sampai 1997, dan untuk pendidikan tinggi melanjutkan pendidikan di Universitas Katholik St Thomas Medan jurusan manajemen S-1, dilanjutkan pendidikan pascasarjana magister manajemen di Universitas Timbul Nusantara-IBEK kosentrasi Sistem Informasi manajemen.

BAB 12

PERKEMBANGAN BISNIS *E-COMMERCE*

Dr. Hardin, S.P., M.M.
Universitas Muhammadiyah Purworejo

A. Pendahuluan

Perkembangan bisnis *e-commerce*, atau perdagangan elektronik, telah mengalami pertumbuhan yang pesat selama beberapa tahun terakhir. Ini adalah hasil dari perubahan dalam perilaku konsumen yang lebih cenderung memesan kebutuhan hidup sehari-hari dari rumah dan hanya mengandalkan *gadget* atau *handphone* yang dimiliki, semua transaksi bisa dilakukan. Keberadaan *e-commerce* tidak terlepas dari adanya kemajuan teknologi, dan dinamika pasar dan pengalaman *pandemic covid-19* yang mengajarkan teknik bertahan hidup agar tetap *survive* walau hanya berada di rumah saja.

Berikut adalah beberapa tren dan perkembangan utama dalam bisnis *e-commerce* yang saat ini sangat digemari oleh masyarakat Indonesia sebagai mana riset *populix* yaitu 82% masyarakat Indonesia suka belanja online hal ini di rilis dalam berita ekonomi pada Selasa 29 Agustus 2023. Tentunya hal ini sejalan dengan perkembangan peningkatan penggunaan perangkat bergerak yaitu semakin banyak konsumen yang melakukan pembelian melalui perangkat seluler mereka. Aplikasi seluler dan situs web yang responsif secara *mobile* telah menjadi kunci dalam meningkatkan aksesibilitas *e-commerce*. Akhir-akhir ini *e-commerce* telah menjadi bisnis global. Banyak

DAFTAR PUSTAKA

- Bapna, R., Gupta, A., & Rice, S. (2018) 'Impacts of AI-based Personalization on Sales: Experimental Evidence', *MIS Quarterly*, 42(4), 1071-1083.
- Berger, J., & Milkman, K. L. (2012) 'What Makes Online Content Viral?', *Journal of Marketing Research*, 49(2), 192-205.
- Constantinides, E. (2006) 'The 4S Web-Marketing Mix Model', *Electronic Commerce Research and Applications*, 6(1), 181-194.
- Chaffey, D. & Chadwick, F. E. (2016) *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Sixth Edit. British: Pearson Education Limited.
- e-Conomy SEA 2020. (2020). Southeast Asia's digital economy: Resilient, innovative, and growing. Sumber: <https://www.bain.com/insights/e-economy-sea-2020/>.
- Grewal, D., Stephen, A. T., Lemon, K. N., & Peter, J. P. (2020) AI and the Customer Experience: From Personalization to Satisfaction, *Journal of Retailing*, 96(1), 6-16.
- Hilpert, L & Zumstein, D. (2023) 'Augmented Reality in Fashion E-Commerce', *International Conferences e-Society 2023 and Mobile Learning 2023*, (March), pp. 194-202.
- Jansen, B. J., Zhang, M., Sobel, K., & Chowdury, A. (2009) 'Twitter Power: Tweets as Electronic Word of Mouth', *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(11), 2169-2188.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010) 'Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media', *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kim, Y. J., & Chen, Y. (2019) 'AI Algorithm and Pricing Strategy', *Decision Sciences*, 50(5), 1142-1169.
- Laudon, K. C. & Traver, C. G. (2018) *E-commerce Business, Technology, Society*. Thirteenth. U.S.A: Pearson Education, Inc.

- Li, X., Wang, C., Huang, S., & Chau, P. Y. (2019) 'Data Analytics and Sales Operations in Omnichannel Retailing: Implications for Inventory and Delivery Management', *MIS Quarterly*, 43(2), 423-444.
- McKinsey & Company. (2020). Digital Indonesia: Powering the archipelago's fourth industrial revolution. McKinsey Global Institute
- Statista. (2021). E-commerce in Indonesia - Statistics & Facts Sumber: <https://www.statista.com/topics/5742/e-commerce-in-indonesia/>
- Turban, E., et al. (2015) *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective*. Eighth Edi. New York: Springer International Publishing Switzerland. doi: 10.1007/978-3-319-10091-3.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017) 'Social Media Marketing', *Sage Publication*
- Verhoef, P. C., Kannan, P. K., & Inman, J. J. (2019) 'From Multi-Channel Retailing to Omni-Channel Retailing: Introduction to the Special Issue on Multi-Channel Retailing', *Journal of Retailing*, 95(2), 119-124.
- Wang, T., Chen, X., & Wei, Y. (2019) 'Exploring the Security Risks and Protection of Artificial Intelligence in E-commerce', *Decision Support Systems*, 125, 113116.
- Zhang, Y., Zhao, L., & Gupta, S. (2019) 'Sentiment Analysis in Social Media', *Management Science*, 65(12), 5700-5720.

TENTANG PENULIS



Dr. Hardin, S.P., M.M. Penulis lahir di Baubau tanggal 15 Mei 1975. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Purworejo. Menyelesaikan pendidikan S1 pada jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, di Universitas Halu Oleo Kendari, S2 pada Jurusan Magister Manajemen (Konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia) di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan S3 pada Jurusan Doktor Ilmu Manajemen (Konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia) di Universitas Muslim Indonesia (UMI) Makassar. Penulis menekuni bidang Sumber Daya Manusia. Motivasi penulis adalah bekerja secara profesional, berinovasi dan berpikir kreatif serta selalu ingin meningkatkan potensi diri agar bisa berbuat baik bagi orang banyak. Karya yang sudah diterbitkan berupa artikel baik di Jurnal Internasional berreputasi, maupun jurnal nasional terakreditasi, serta menulis buku yang sudah diterbitkan dan ber-ISBN.

BAB 13

ETIKA BISNIS DAN TANGGUNG JAWAB PERUSAHAAN

Mohamad Anggi Samukroni, S.Pd., Gr.
Pondok Pesantren SMP Al Falah Jogorogo

A. Pendahuluan

Manajemen merupakan bidang studi yang menarik dan penting untuk dipelajari. Bahkan banyak ahli yang berpendapat bahwa manajemen merupakan kunci keberhasilan suatu masyarakat atau komunitas. Berkembangnya peradaban modern tidak akan terlepas dari kemampuan manajemen, atau kemampuan manajerial yaitu kemampuan mengelola sumberdaya yang ada di masyarakat untuk mencapai tujuan tertentu. Siapa yang melakukan kegiatan manajemen? Jawabannya adalah manajer. Dengan demikian, manajer mempunyai peranan penting untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Manajer adalah orang yang menguasai dan melaksanakan kegiatan manajemen.

Kewirausahaan bisa menjadi pendorong kemajuan organisasi. Inovasi juga bisa menjadi pendorong kemajuan organisasi. Kewirausahaan dan inovasi memerlukan kreativitas individu dalam organisasi. Organisasi berkepentingan terhadap semangat kewirausahaan, kreativitas dan inovasi. Wirausahawan dan entrepreneur mempunyai peranan penting dalam perekonomian suatu masyarakat. wirausahawan yang sukses menjadi pahlawan karena memberikan kontribusi yang berarti terhadap perkembangan ekonomi suatu masyarakat. di

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, D. W. (2020). *Pengantar Bisnis*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Utomo, K. P., et al. (2021). *Dasar Manajemen Dan Kewirausahaan*. Bandung: CV. Widina Media Utama.
- Diakses, 10 Oktober 2023.
<https://repository.penerbitwidina.com/publications/348812/dasar-manajemen-dan-kewirausahaan#id-section-content>
- Hanafi, M. M. (2021). *Manajemen*. Tangerang Selatan: Universitas terbuka

TENTANG PENULIS



Penulis lebih di kenal dengan Nama Kak Sam atau Kakek Sam/Mbah Sam. Lahir di Kabupaten Tegal, 13 Januari. 1987. Lulusan S1 Pendidikan Ekonomi Akuntansi Universitas Negeri Semarang Tahun 2008, serta lulusan Pendidikan Profesi Guru Pendidikan Ekonomi Tahun 2013 di Universitas Negeri Semarang. Sekarang sedang menempuh S2 PIAUD di Universitas Islam An-Nur Lampung. Pernah bertugas di pedalaman Aceh (Pulau Breuh) sampai dengan tugas di Luar Negeri (Sabah - Malaysia), Setelah Selesai dari Pensiun dari Dunia Pendidikan, beralih ke Dunia Konstruksi, kemudian kembali ikut aktif dalam dunia pendidikan tahun 2019, terjun di pada Jenjang Pendidikan Anak Usia Dini sebagai Trainer, Konsultan dan Praktisi Anak. Selain itu penulis juga aktif dalam mendampingi peserta Guru baik dalam kegiatan Internal maupun Eksternal, Seperti Out Bond, Konsultasi Dapodik, Konsultasi Sispena, Konsultasi Karya Ilmiah, Diklat Komputer, Diklat Manajemen Administrasi Sekolah, Diklat Kurikulum 2013 Diklat PAUD, APE Sentra, Diklat Parenting, Diklat Kreasi Barang Bekas, Diklat Cipta Gerak dan Lagu, dan keahlian lain di bidang pemasangan Rel Kereta Api dan Konstruksi. Aktif juga di bidang penulisan dan jurnalistik sekarang menjawab sebagai Wakil Pimpinan Redaksi Suara Utama.

Sekarang bekerja sebagai Kepala Sekolah Berbasis Pondok Pesantren SMP Al Falah Jogorogo, selain itu juga sebagai Pemilik Yayasan Sam Foundation, Direktur CV Kak Sam Academy, CV Kunyit Maju Bersama, Ketua Sahabat Pendidik dan Tenaga Kependidikan Anak Usia Dini Indonesia. Memiliki Unit Usaha Kursus seperti Kursus Komputer, Kursus Tata Busana dan Kursus Tata Boga, di samping bergerak di bidang tersebut ada unit usaha lain seperti Tim IT Cyber Michail Computer, Co Host Group, QC Group serta berbagai unit usaha yang menyediakan berbagai keperluan di bidang pendidikan.

Beberapa karya yang pernah di buat penulis antara lain :

1. Modul Akuntansi Biaya Untuk SMK - Indie
2. Modul Belajar Ekonomi Akuntansi Untuk Kelas X - Indie
3. Modul Belajar Ekonomi Akuntansi Untuk Kelas XI - Indie
4. Modul Belajar Ekonomi Akuntansi Untuk Kelas XII - Indie
5. Buku TK (Buku Kumpulan Syair, Buku Kumpulan lagu, Buku Anak Didik) - Indie
6. Modul Akuntansi Perusahaan Jasa untuk kelas XI - Indie
7. Modul Akuntansi Perusahaan Dagang Untuk Kelas XII - Indie
8. Buku Panduan Ujian Nasional Ekonomi SMA -Di sahkan oleh Kepala Dinas Pendidikan Kab. Aceh Besar
9. Buku Panduan Ujian Tulis PPG Ekonomi - Indie
10. Buku Bedah KISI UP PPG PAUD 2020, terbit 2020 – ISBN nomer 9 – 786236 – 086483
11. Buku Inovasi Pembelajaran Anak Usia Dini Pada Era Abad 21, terbit 2021, Nomer ISBN 9 – 786236 – 395738
12. Buku PAUD dan Pembelajaran Inovatif Pada Era Abad 21, terbit 2022, ISBN Nomer 9 – 786234 – 873016
13. Buku Inovasi Pembelajaran Anak Usia Dini Mode Daring dan Luring, terbit 2022, ISBN Nomer 9 – 786234 – 873795

Beberapa karya yang diedit antara lain :

1. Buku LKA Ananda, Terbit 2021 – ISBN Nomer 9 – 786236 – 395752
2. Buku Kumpulan Dongeng Anak, terbit 2021, Nomer ISBN 9 – 786236 – 395721
3. Buku Kumpulan Cerita Anak, terbit 2021, Nomer ISBN Nomer 9 – 786236 - 395745
4. Buku Belajar Asyik dan Menyenangkan, Terbit 2022 – ISBN Nomer 9 – 786234 – 873986
5. Buku Aktivitas Cerdas, Terbit 2022 – ISBN Nomer 9 – 786234 – 874105
6. Buku Stimulus HOTS, Terbit 2022 – ISBN Nomer 9 – 786234 – 874075
7. Buku Anak Sukses, Terbit 2022 – ISBN Nomer 9 – 786234 – 874471

8. Buku Kreativitas Anak, Terbit 2022 – ISBN Nomer 9 – 786234 – 874013
9. Buku Aktivitas Belajar Anak Amanaah, Terbit 2022, ISBN Nomer 9 – 786234 – 874495
10. Buku Ayo Belajar Bersama, Terbit 2022, ISBN Nomer 9 – 786234 – 874020
11. Buku Smart Kids, terbit 2022, ISBN Nomer 9 – 786234 – 874488
12. Buku Aktivitas Anak Kreatif, terbit 2022, ISBN Nomer 9 – 786234 – 873993
13. Buku The Best Children’s, terbit 2022, ISBN Nomer 9 – 786234 – 876239
14. Buku Kreativitas Anak Cerdas, terbit 2022, ISBN Nomer 9 – 786234 – 874051
15. Buku Kumpulan Dongeng dan Cerita Anak, terbit 2022, ISBN Nomer 9 – 786234 – 873597
16. Buku Kumpulan Cerita Dongeng Anak, terbit 2022, ISBN Nomer 9 – 786234 – 873184
17. Buku Kumpulan Aneka Cerita Dongeng dan Aneka Cerita Anak, terbit 2022, ISBN Nomer 9 – 786234 – 874242
18. Buku Kumpulan Dongeng Anak, terbit 2022, ISBN Nomer 9 – 786234 – 873160
19. Buku Kumpulan Dongeng Anak Nilai-Nilai Karakter, terbit 2022, ISBN Nomer 9 – 786234 – 873191
20. Buku Kumpulan Dongeng Anak, terbit 2022, ISBN Nomer 9 – 786234 – 873375
21. Buku Kumpulan Cerita Fabel, Terbit 2022, ISBN Nomer 9 – 786234 – 873405
22. Buku Kumpulan Dongeng dan Cerita Anak, terbit 2022, ISBN Nomer 9 – 786234 873399
23. Buku Kumpulan Cerita Anak, terbit 2022, ISBN Nomer 9 – 786234 – 873382
24. Buku Kumpulan Dongeng Anak, terbit 2022, ISBN Nomer 9 – 786234 – 873177
25. Buku Pengembangan Kompetensi Pendidikan Anak Usia Dini, Terbit 2022, ISBN Nomer 9 – 786234 – 875126

26. Buku Kumpulan Dongeng Anak, terbit 2022, ISBN Nomer 9 - 786234 - 873801

Penghargaan yang pernah diraih :

1. Juara II Lomba Marathon 10 K Tahun 2003
2. Juara III Lomba Catur Porseni Jateng 2007
3. Guru Teladan dan Berprestasi Program Maju Bersama Mencerdakan Indonesia Tahun 2012
4. Juara 3 Lomba Foto Model Tahun 2013
5. Juara 2 Lomba Tata Boga Tahun 2014
6. Pembina dan peserta meraih Juara 1 Lomba Otomotif di Kabupaten, Provinsi dan Nasional Tahun 2017
7. Koordinator PPG Pendidikan Ekonomi Tahun 2013
8. Koordinator Pendidik Indonesia Luar Negeri Tahun 2014 - 2017
9. The Best Teacher Award 2017

BAB 14

SOSIAL MEDIA MARKETING UNTUK WIRAUSAHA

**Destiana Kumala, S.Kom., M.M.
STEBIS Bina Mandiri**

A. Pendahuluan

Dalam era yang semakin terkait dan tergantung pada teknologi, peran media sosial dalam dunia wirausaha tidak dapat diabaikan. Media sosial telah mengubah cara bisnis berinteraksi dengan pelanggan, mempromosikan produk atau layanan, dan membangun merek. Saat ini, media sosial bukan hanya menjadi wadah untuk berbagi foto atau status, tetapi juga merupakan alat yang kuat dalam strategi pemasaran yang efektif. Sebagai seorang wirausaha yang ambisius dan bersemangat, Anda harus memahami betapa pentingnya media sosial dalam menjalankan bisnis Anda.

Dalam bab ini, kita akan menjelajahi secara mendalam peran kunci yang dimainkan oleh media sosial dalam upaya pemasaran wirausaha. Saat kita memasuki bab ini, pertamanya kita perlu memahami bahwa wirausaha tidak lagi hanya tentang produk atau layanan yang kita tawarkan. Ia juga merupakan cerita yang kita bagikan, relasi yang kita bentuk, dan pengalaman yang kita tawarkan kepada pelanggan kita. Dalam hal ini, media sosial adalah salah satu alat yang paling berharga untuk memahami, berkomunikasi, dan berinteraksi dengan audiens kita.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, M., & Jiang, J. (2018). *Teens, social media & technology 2018*. Pew Research Center.
- Bakhshi, S., Shamma, D. A., & Gilbert, E. (2014). Faces engage us: Photos with faces attract more likes and comments on Instagram. *Proceedings of the 32nd annual ACM conference on Human factors in computing systems*, 965-974.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: strategy, implementation and practice*. Pearson UK.
- Dahlen, M., Lange, F., & Smith, T. (2010). Marketing students' use of social media. *Journal of Marketing Education*, 32(2), 95-106.
- Duggan, M., & Smith, A. (2013). *Social media update 2013*. Pew Internet & American Life Project.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357-365.
- Smith, A. N., Fischer, E., & Yongjian, C. (2012). How does brand-related user-generated content differ across YouTube, Facebook, and Twitter? *Journal of Interactive Marketing*, 26(2), 102-113.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social Media Marketing*. Sage publications.

TENTANG PENULIS



Destiana Kumala, S.Kom., M.M. Penulis lahir di Jakarta tanggal 29 Desember 1986. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah. Menyelesaikan pendidikan S1 jurusan Sistem Informasi, S2 Jurusan Manajemen SDM dan S3 Jurusan Ilmu Syariah. Motivasi penulis. Karya yang sudah diterbitkan adalah Pengantar Bisnis, Manajemen Zakat Wakaf dan Manajemen SDM.

BAB 15 | KEWIRAUSAHAAN DIGITAL

Muhammad Syaiful, S.Pd., M.E.
Universitas Sembilanbelas November Kolaka

A. Pendahuluan

Banyaknya orang yang tidak bekerja di Indonesia telah menjadi isu yang terus berusaha diselesaikan dengan cara terbaik. Tingginya tingkat pengangguran disebabkan oleh kurangnya pekerjaan yang tersedia, baik dari pemerintah maupun sektor swasta. Oleh karena itu, kewirausahaan dianggap sebagai solusi yang efektif untuk mengurangi tingkat pengangguran yang tinggi tersebut.

Secara literal, istilah kewirausahaan berasal dari istilah 'wirausaha'. 'Wira' berarti berani atau ksatria, sementara 'usaha' merujuk pada suatu upaya atau usaha. Dengan demikian, kewirausahaan bisa dijelaskan sebagai kemampuan seseorang dalam mengidentifikasi serta mengimplementasikan peluang usaha dengan sentuhan kreatif dan inovatif (Sufyati *et al.*, 2022). Kewirausahaan memiliki beragam pengertian yang di definisikan oleh berbagai ahli, diantaranya yaitu:

1. Siswanto Sudomo (1989) mengungkapkan bahwa kewirausahaan merupakan segala sesuatu yang terkait dengan seorang wirausaha seperti sifat-sifat khusus, kemampuan khusus, tindakan, dan hasil karya yang dilakukan wirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N., Amanah, D. M. N., & Putri, N. K. (2023). Pengembangan Kewirausahaan Digital di Indonesia. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2).
- Firmansyah, M. A., & Roosmawarni, A. (2019). *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)*. Penerbit Qiara Media.
- Hastuti, P., Nurofik, A., & Purnomo, A. (2020). *Kewirausahaan dan UMKM*. Yayasan Kita Menulis.
- Martinez Dy, A. (2022). *Levelling the playing field? Towards a critical-social perspective on digital entrepreneurship*.
- Mulyadi, M. (2020). *Kewirausahaan: Bertindak Kreatif dan Inovatif*. Rafah Press.
- Musnaini, M., Wijoyo, H., Indrawan, L., & Syahtriatna, S. (2020). *Digipreneurship (Kewirausahaan Digital)*. Pena Persada.
- Nagy, D., Schuessler, J., & Dubinsky, A. (2016). Defining and identifying disruptive innovations. *Industrial Marketing Management*.
- Solehudin, S., Zulkifli, Z., Aghivirwiati, G. A., Puspitasari, N., Rita, W., Marjukah, A., Suarni, A., Gunawan, A., Melati, M., & Noor, L. S. (2023). *Konsep Dasar Kewirausahaan Digital*. Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Sufyati, S., Kusumadewi, Y., Rimawan, M., Syaiful, M., Kurniawan, D., Barlian, B., Cahyono, B., Wahyani, W., Prasetyandari, C. W., Seto, A. A., Ashriana, A. N., Wahyuningsih, P., Julyanthry, J., & Sarjana, S. (2022). *Pengantar Bisnis*. Global Eksekutif Teknologi.
- <https://www.sribu.com/id/blog/7-tantangan-untuk-memulai-wirausaha/>
- <https://www.thoha.id/2023/01/perbedaan-kreatif-dan-kreativitas-serta.html>

<https://www.okocenews.com/belajar-bisnis/42010721644/qris-inovasi-pembayaran-digital-yang-mendorong-ekosistem-umkm-lokal>

TENTANG PENULIS



Muhammad Syaiful, S.Pd., M.E. Penulis lahir di Kota Kendari Provinsi Sulawesi Tenggara pada tanggal 30 November 1992. Penulis melanjutkan studi ke Perguruan Tinggi dan berhasil menyelesaikan studi S1 pada Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Halu Oleo tahun 2014. Dua tahun kemudian, penulis menyelesaikan studi S2 pada Prodi Ilmu Ekonomi Universitas Halu Oleo. Penulis memulai karir sebagai dosen pada tahun 2016 di Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Halu Oleo hingga pertengahan tahun 2019. Setelah itu penulis menjadi dosen tetap pada Prodi Ekonomi Pembangunan Universitas Sembilanbelas November Kolaka hingga saat ini. Penulis memiliki ketertarikan terhadap ekonomi kerakyatan. Beberapa tulisan penulis terkait ekonomi kerakyatan terkhusus perkoperasian telah dimuat di media online dan juga artikel ilmiah telah termuat di jurnal nasional. Penulis juga merupakan penerima hibah penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat kemendikbudristek. Selain meneliti, penulis juga mulai aktif menulis buku terkait dengan bidang yang ditekuni baik berupa monograf maupun book chapter. Penulis berharap dapat terus berkarya melalui tulisan sehingga dapat berkontribusi nyata terhadap penyebaran ilmu pengetahuan.

Email Penulis: muhammadsyaifuul@gmail.com

BAB 16

ISU-ISU KEWIRAUSAHAAN MASA KINI

Dindin Nasrudin, M.Pd., M.M.
UIN Sunan Gunung Djati Bandung

A. Pendahuluan

Di era yang serba cepat dan penuh inovasi ini, kewirausahaan telah mengalami transformasi yang signifikan. Di Bab terakhir ini, kita akan bahas isu-isu kewirausahaan masa kini dengan tujuan untuk mengeksplorasi dinamika kewirausahaan kontemporer yang beragam dan kompleks. Kita akan menyelami bagaimana teknologi, perubahan sosial, dan ekonomi global telah membentuk wajah baru kewirausahaan yang menantang konvensi lama dan membuka jalan bagi strategi serta model bisnis yang inovatif.

Dalam bab ini, kita akan memulai dengan melihat bagaimana transformasi digital telah menjadi katalis penting dalam evolusi kewirausahaan. Dari penggunaan kecerdasan buatan hingga aplikasi *blockchain*, teknologi digital telah membuka peluang baru serta menimbulkan tantangan unik bagi wirausahawan. Kita juga akan mengeksplorasi kewirausahaan sosial dan dampaknya, menyoroti bagaimana bisnis dapat menjadi alat yang ampuh untuk perubahan sosial dan lingkungan.

Kemudian, kita akan menggali lebih dalam tentang ekosistem yang mendukung inovasi dan pertumbuhan *start-up*, termasuk pendanaan, pemasaran digital, dan strategi

DAFTAR PUSTAKA

- Abu-Saifan, S. (2012), 'Social entrepreneurship: definition and boundaries', *Technology innovation management review*, vol. 2, no. 2.
- Ahmed, E., Yaqoob, I., Hashem, IAT, Khan, I, Ahmed, AIA, Imran, M & Vasilakos, A V (2017), 'The role of big data analytics in Internet of Things', *Computer Networks*, vol. 129, pp. 459-471.
- Aruch, M. Loja, A. & Sanders, J. B. (2014), 'Social entrepreneurship and information and communication technologies in Ecuador: Examples and opportunities', in *International educational innovation and public sector entrepreneurship*, Emerald Group Publishing Limited, pp. 157-188.
- Bliemel, M, Flores, R, De Klerk, S & Miles, MP (2019), 'Accelerators as start-up infrastructure for entrepreneurial clusters', *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 31, no. 1-2, pp. 133-149.
- Carter, S, Mwaura, S, Ram, M, Trehan, K & Jones, T (2015), 'Barriers to ethnic minority and women's enterprise: Existing evidence, policy tensions and unsettled questions', *International Small Business Journal*, vol. 33, no. 1, pp. 49-69.
- Commission, OE (2019), 'Policy brief on incubators and accelerators that support inclusive entrepreneurship',.
- Craglia, M, de Nigris, S, Gomez-Gonzalez, E, Gomez, E, Martens, B, Iglesias Portela, M, Vespe, M, Schade, S, Micheli, M & Kotsev, A (2020), *Artificial Intelligence and Digital Transformation: early lessons from the COVID-19 crisis*, Publications Office of the European Union Luxemburgo.
- Dimitrova, P. & Sin. I. (2018), 'Digital Marketing in Start-Ups: The role of digital marketing in acquiring and maintaining business relationships',.
- Galindo-Martín, M-Á, Castaño-Martínez, M-S & Méndez-Picazo, M-T (2019), 'Digital transformation, digital dividends and

- entrepreneurship: A quantitative analysis', *Journal of business research*, vol. 101, pp. 522–527.
- Gast, J, Gundolf, K & Cesinger, B (2017), 'Doing business in a green way: A systematic review of the ecological sustainability entrepreneurship literature and future research directions', *Journal of cleaner production*, vol. 147, pp. 44–56.
- Gauger, F, Pfnür, A & Strych, J-O (2021), 'Coworking spaces and Start-ups: Empirical evidence from a product market competition and life cycle perspective', *Journal of Business Research*, vol. 132, pp. 67–78.
- De Giacomo, MR & Bleischwitz, R (2020), 'Business models for environmental sustainability: Contemporary shortcomings and some perspectives', *Business Strategy and the Environment*, vol. 29, no. 8, pp. 3352–3369.
- Goyal, S & Sergi, BS (2015), 'Social Entrepreneurship and Sustainability--Understanding the Context and Key Characteristics.', *Journal of Security & Sustainability Issues*, vol. 4, no. 3.
- Gunasilan, U 2019, 'Entrepreneurship as a Driver of the Digital Transformation', *International Review of Management and Marketing*, vol. 9, no. 5, p. 23.
- Guzman, J & Kacperczyk, AO (2019), 'Gender gap in entrepreneurship', *Research Policy*, vol. 48, no. 7, pp. 1666–1680.
- Hayashi, J. (2023), 'Digital Transformation and Entrepreneurship',.
- Jin, SV, Muqaddam, A & Ryu, E. (2019), 'Instafamous and social media influencer marketing', *Marketing Intelligence & Planning*, vol. 37, no. 5, pp. 567–579.
- Kamaludin, MF, Xavier, JA & Amin, M. (2021), 'Social entrepreneurship and sustainability: A conceptual framework', *Journal of Social Entrepreneurship*, pp. 1–24.
- Khan, S. (2016), 'Social Media Marketing Strategy for Start-Ups and Small and Medium Enterprises', *Global journal of Business and*

Integral Security.

- Kickul, J. & Lyons, T.S. (2020), *Understanding social entrepreneurship: The relentless pursuit of mission in an ever changing world*, Routledge.
- Klingler-Vidra, R. (2019), 'Global review of diversity and inclusion in business innovation',.
- Nambisan, S. (2017), 'Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship', *Entrepreneurship theory and practice*, vol. 41, no. 6, pp. 1029–1055.
- Odden, L. (2012), *Optimize: How to attract and engage more customers by integrating SEO, social media, and content marketing*, John Wiley & Sons.
- Panchal, A, Shah, A & Kansara, K. (2021), 'Digital marketing-search engine optimization (SEO) and search engine marketing (SEM)', *International Research Journal of Innovations in Engineering and Technology*, vol. 5, no. 12, p. 17.
- Paoloni, P & Modaffari, G. (2022)., 'Business incubators vs start-ups: a sustainable way of sharing knowledge', *Journal of Knowledge Management*, vol. 26, no. 5, pp. 1235–1261.
- Rogers, D.L. (2016), *The digital transformation playbook: Rethink your business for the digital age*, Columbia University Press.
- Saebi, T, Foss, N.J. & Linder, S. (2019), 'Social entrepreneurship research: Past achievements and future promises', *Journal of management*, vol. 45, no. 1, pp. 70–95.
- Sharma, V. & Bharathi, V. (2013), 'Social media for start-ups-an effective marketing tool', *Available at SSRN 2333262*.
- Skala, A. & Skala, A. (2019), 'The startup as a result of innovative entrepreneurship', *Digital Startups in Transition Economies: Challenges for Management, Entrepreneurship and Education*, pp. 1–40.

- Tabrizi, B., Lam, E., Girard, K. & Irvin, V. (2019), 'Digital transformation is not about technology', *Harvard business review*, vol. 13, no. March, pp. 1–6.
- Vasiljevic-Shikaleska, A, Gjozinska, B & Stojanovikj, M. (2017), 'The circular economy-a pathway to sustainable future', *Journal of sustainable development*, vol. 7, no. 17, pp. 13–30.
- Xu, P, Lee, J, Barth, JR & Richey, R.G. (2021), 'Blockchain as supply chain technology: considering transparency and security', *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, vol. 51, no. 3, pp. 305–324.
- Zhang, J., Yu, B. & Lu, C. (2021), 'Exploring the effects of innovation ecosystem models on innovative performances of start-ups: the contingent role of open innovation', *Entrepreneurship Research Journal*, no. 0, p. 20200529.

TENTANG PENULIS



Dindin Nasrudin, M.Pd., M.M. Penulis lahir di Sumedang tanggal 13 Oktober 1983. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Pendidikan Fisika di UIN Sunan Gunung Djati Bandung Menyelesaikan pendidikan S1 di Prodi Pendidikan Fisika Universitas Pendidikan Indonesia tahun 2008, dan menyelesaikan S2 di Prodi Pendidikan IPA tahun 2012. Saat ini penulis sedang menyelesaikan S3 di prodi dan kampus yang sama. Penulis mengambil S2 yang kedua di bidang Manajemen (MM) dengan konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia di STIEPAS Bandung pada tahun 2015. Selain sebagai dosen, penulis adalah konsultan dan trainer di bidang pembelajaran dan peningkatan kinerja SDM. Area riset penulis adalah *Education for Sustainable Development (ESD)*, pembelajaran sains, berpikir sistem dan kewirausahaan. Karya tulis dari penulis dapat di akses melalui akun Google Scholar:

https://scholar.google.co.id/citations?user=vX_F5RIAAA&hl=en&oi=ao dan website: <https://dindinnasrudinacademy.com>

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC002023138772, 26 Desember 2023

Pencipta
Nama : **Muhammad Umar A, Novika Wahyuhastuti dkk**
Alamat : Jl. Buvu Kuku Blok A No 7., RT 004/RW 004, Kelurahan Kabonena, Kecamatan Ulujadi, Kota Palu, Sulawesi Tengah, 94227, Ulujadi, Palu, Sulawesi Tengah, 94227

Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta
Nama : **Muhammad Umar A, Novika Wahyuhastuti dkk**
Alamat : Jl. Buvu Kuku Blok A No 7., RT 004/RW 004, Kelurahan Kabonena, Kecamatan Ulujadi, Kota Palu, Sulawesi Tengah, 94227, Ulujadi, Palu, Sulawesi Tengah, 94227

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Buku**
Judul Ciptaan : **Manajemen Kewirausahaan**
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 21 Desember 2023, di Purbalingga

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000571725

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri



Anggoro Dasananto
NIP. 196412081991031002

Disclaimer:

Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.