

# Kewirausahaan Era Society 5.0

Supriyati | Adrian Radiansyah  
Ahmad Maulidizen | M. Guffar Harahap  
Jie Lydia Irawan | Yolanda Desti | Siti Rohima  
Masnawaty Sangkala | Lisa Jolanda Catherine Polimpung  
Yozi Putri Sakinah | Ferdinandus Sampe  
Riana Anggraeny Ridwan | Lulu Ulfa Sholihannisa  
Pudhak Prasetyorini | Riema Afriani Kusumadewi  
Norbertus Citra Irawan

Editor :  
Muhamad Rizal Kurnia



# **KEWIRAUSAHAAN ERA SOCIETY 5.0**

**Supriyati  
Adrian Radiansyah  
Ahmad Maulidizen  
M. Guffar Harahap  
Jie Lydia Irawan  
Yolanda Desti  
Siti Rohima  
Masnawaty Sangkala  
Lisa Jolanda Catherine Polimpung  
Yozi Putri Sakinah  
Ferdinandus Sampe  
Riana Anggraeny Ridwan  
Lulu Ulfa Sholihannisa  
Pudhak Prasetyorini  
Riema Afriani Kusumadewi  
Norbertus Citra Irawan**

# KEWIRAUSAHAAN ERA SOCIETY 5.0

## Penulis:

Supriyati  
Adrian Radiansyah  
Ahmad Maulidizen  
M. Guffar Harahap  
Jie Lydia Irawan  
Yolanda Desti  
Siti Rohima  
Masnawaty Sangkala  
Lisa Jolanda Catherine Polimpung  
Yozi Putri Sakinah  
Ferdinandus Sampe  
Riana Anggraeny Ridwan  
Lulu Ulfa Sholihannisa  
Pudhak Prasetyorini  
Riema Afriani Kusumadewi  
Norbertus Citra Irawan

Editor : **Muhamad Rizal Kurnia, M.E.**  
Tata Letak : **Asep Nugraha, S.Hum**  
Desain Cover : **Septimike Yourintan Mutiara, S.Gz.**  
Ukuran : **UNESCO 15,5 x 23 cm**  
Halaman : **x, 201**  
ISBN : **978-623-09-2200-8**  
Terbit Pada : **Februari 2023**

Hak Cipta 2023 @ Sada Kurnia Pustaka dan Penulis

*Hak cipta dilindungi undang-undang dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit dan penulis.*

## **PENERBIT PT SADA KURNIA PUSTAKA**

Jl. Warung Selikur Km. 6 Sukajaya – Carenang, Kab. Serang Banten  
Email : [sadapenerbit@gmail.com](mailto:sadapenerbit@gmail.com)  
Website : [sadapenerbit.com](http://sadapenerbit.com) & [repository.sadapenerbit.com](http://repository.sadapenerbit.com)  
Telpon/WA : +62 838 1281 8431

# KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Rasa syukur kami panjatkan hanya milik Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan karunia limpahan rahmat dan berkahNya sehingga kami Tim Penulis dapat menyelesaikan kolaborasi buku ini yang berjudul “**Kewirausahaan Era *Society* 5.0**”. Buku ini dirintis oleh perjuangan orang-orang cerdas, dengan Konten Bab ini dibuat oleh orang-orang Peka yang Ikhlas dan ditulis oleh Para Penulis Pemberani yang konsisten serta mampu membaca *era society* saat ini untuk dapat terbit dan tersampaikan kepada pembaca yang budiman.

Kewirausahaan sebagai profesi yang mulia dalam membuat sesuatu dan memiliki nilai tersendiri dengan membutuhkan usaha dan waktu, menanggung risiko finansial, psikologis, dan sosial, serta menerima gaji/uang dengan kepuasan pribadi di era *society* 5.0 tidak cukup mudah. Konsep *society* 5.0 yang dilandaskan pada pilar utama yang meliputi infrastruktur, teknologi keuangan, kesehatan, logistik dan kecerdasan buatan sebagai konsep penyempurnaan dari konsep-konsep sebelum era *Society* 5.0, ini dinilai dan diciptakan dapat memberi perkembangan teknologi serta dapat meminimalisir adanya kesenjangan ekonomi dimana para wirausaha atau pebisnis dimudahkan dengan adanya kecerdasan buatan saat ini.

Adapun sistematika penulisan yang terkandung di dalamnya terurai dalam Enam Belas Bab, yaitu mengenai: Pengertian dan Konsep Kewirausahaan, Karakteristik dan Nilai-Nilai Kewirausahaan, Membangun Visi dan Misi Bisnis, Ide dan Peluang Usaha, Kreatif dan Inovatif dalam berwirausaha, Motivasi Berwirausaha, Mengelola Risiko Berwirausaha, Proses Bisnis dan Usaha Industri Kreatif, Etika Bisnis dan Kewirausahaan, Manajemen Usaha Kecil dan Menengah, Analisis Kelayakan dan Menyusun Rencana Bisnis, Manajemen dan Organisasi Bisnis, Mengelola Sumber Daya Manusia, Membuka Usaha Baru dan Waralaba, Strategi Pemasaran dalam Kewirausahaan, Kewirausahaan di Era *Society* 5.0.

Sebagai akhir kata dari Tim Penulis, “tak ada jalan yang tak retak”, di dalam buku ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan untuk

itu, Tim Penulis memohon maaf apabila masih terdapat kekurangan. Buku ini dapat terwujud karena dukungan dan kontribusi para pihak pada seluruh rangkaianannya sehingga kami ucapkan terimakasih kepada Penerbit Sada Kurnia Pustaka selaku inisiator yang menginspirasi Tim Penulis dan kepada Editor, harapan Tim Penulis semoga buku ini dapat bermanfaat dan berguna bagi para pembaca khususnya bagi para calon wirausaha muda:

*“Dunia yang hina ini diberikan kepadamu untuk sementara. Tersedia sebuah tangga yang dengannya engkau dapat bercita-cita.”*  
~Jalaluddin Rumi~

Semoga kehadiran buku ini dapat membawa perubahan untuk menjadi yang lebih baik, Aamiin.

Februari 2023

Tim Penulis

# DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>BAB 1 PENGERTIAN DAN KONSEP KEWIRAUSAHAAN .....</b>	<b>1</b>
Sejarah Kewirausahaan .....	1
Pengertian Kewirausahaan.....	3
Makna dan Hakikat Kewirausahaan .....	6
Prinsip-prinsip Kewirausahaan.....	7
Aspek Kewirausahaan .....	7
Kerangka Berpikir Kewirausahaan .....	8
Prospek Lingkungan Wirausaha.....	9
Daftar Pustaka.....	11
Profil Penulis.....	15
<b>BAB 2 KARAKTERISTIK DAN NILAI-NILAI KEWIRAUSAHAAN ....</b>	<b>16</b>
Karakteristik Kewirausahaan .....	16
Dampak Digitalisasi bagi Dunia Kewirausahaan.....	17
Keterampilan dan Keahlian Kewirausahaan di Era <i>Society</i> 5.0 .....	18
Kompetensi Kewirausahaan di Era <i>Society</i> 5.0 .....	19
Karakteristik Kewirausahaan di Era <i>Society</i> 5.0.....	20
Nilai-nilai Kewirausahaan .....	23
Etika Kewirausahaan .....	24
Daftar Pustaka.....	27
Profil Penulis.....	28
<b>BAB 3 MEMBANGUN VISI DAN MISI BISNIS.....</b>	<b>29</b>
Pendahuluan .....	29

Membangun Visi Bisnis.....	29
Membangun Misi Bisnis.....	30
Signifikansi Membangun Visi dan Misi Bisnis.....	31
Karakteristik Visi dan Misi Bisnis Strategik.....	32
Tujuan Bisnis .....	34
Pengembangan Strategi Bisnis .....	36
Kaitan Antara Visi, Misi, Tujuan & Strategi Bisnis .....	38
Daftar Pustaka.....	38
Profil Penulis.....	40
<b>BAB 4 IDE DAN PELUANG USAHA.....</b>	<b>41</b>
Pengertian Ide dan Peluang Usaha.....	41
Cara Menciptakan Ide Usaha.....	42
Jenis-Jenis Ide dalam Memulai Usaha .....	43
Pentingnya Peluang dan Sumber Peluang Usaha .....	45
Membangun Peluang Usaha.....	45
Memilih atau Menentukan Usaha .....	47
Pengembangan Ide dan Peluang Usaha .....	48
Ide Dan Peluang Usaha Era <i>Society</i> 5.0.....	50
Daftar Pustaka.....	52
Profil Penulis.....	53
<b>BAB 5 KREATIF DAN INOVATIF DALAM BERWIRAUSAHA .....</b>	<b>54</b>
Pendahuluan .....	54
Kreativitas .....	55
Tahapan dalam Proses Kreatif .....	56
Teknik untuk Menghasilkan Ide .....	58
Inovasi.....	59
Inovasi Terbuka.....	59
Inovasi dan Kewirausahaan.....	60

Proses Inovasi.....	61
Dimensi dan Sumber Inovasi .....	62
Inovasi Sosial .....	64
Sumber Inovasi Sosial.....	65
Daftar Pustaka .....	66
Profil Penulis .....	68
<b>BAB 6 MOTIVASI BERWIRAUSAHA.....</b>	<b>69</b>
Pengertian Motivasi.....	69
Aspek-aspek Motivasi.....	70
Pengertian Wirausaha .....	71
Motivasi Berwirausaha .....	73
Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Berwirausaha ..	73
Motivasi Berprestasi Dalam Berwirausaha.....	74
Ciri – Ciri Motivasi Berprestasi .....	75
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Berprestasi .....	76
Daftar Pustaka.....	76
Profil Penulis.....	78
<b>BAB 7 MENGELOLA RISIKO BERWIRAUSAHA .....</b>	<b>79</b>
Pendahuluan .....	79
Risiko Berwirausaha .....	80
Langkah-Langkah Berwirausaha .....	84
Faktor Keberhasilan dan Kegagalan Wirausaha.....	85
Mengelola Risiko dan Manajemen Risiko.....	87
Upaya Pengendalian Risiko.....	89
Simpulan .....	91
Daftar Pustaka.....	92
Profil Penulis.....	93
<b>BAB 8 PROSES BISNIS DAN USAHA INDUSTRI KREATIF .....</b>	<b>94</b>

Pengertian Industri Kreatif.....	94
Tujuan Industri Kreatif .....	95
Contoh Industri Kreatif.....	95
Jenis - Jenis Industri Kreatif.....	96
Manfaat Industri Kreatif .....	99
Kebijakan Pemerintah Terkait Industri Kreatif .....	100
Daftar Pustaka.....	101
Profil Penulis .....	102
<b>BAB 9 ETIKA BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN .....</b>	<b>103</b>
Pendahuluan .....	103
Etika .....	103
Etika Bisnis.....	104
Keuntungan Penerapan Etika Bisnis .....	108
Alasan Munculnya Masalah Etika di dalam Bisnis.....	109
Daftar Pustaka.....	111
Profil Penulis.....	113
<b>BAB 10 MANAJEMEN USAHA KECIL DAN MENENGAH.....</b>	<b>114</b>
Usaha Mikro Kecil Menengah.....	114
Fungsi Perencanaan Manajemen dalam UMKM.....	116
Fungsi Pengorganisasian Manajemen dalam UMKM.....	118
Fungsi Penggerakan ( <i>Actuating</i> ) Manajemen dalam UMKM..	119
Fungsi Pengawasan Manajemen dalam UMKM.....	120
Daftar Pustaka.....	121
Profil Penulis .....	122
<b>BAB 11 ANALISIS KELAYAKAN DAN MENYUSUN RENCANA BISNIS</b>	
<b>.....</b>	<b>123</b>
Analisis Kelayakan Bisnis .....	123
Aspek-aspek Analisis Kelayakan Bisnis .....	124

Langkah-langkah Analisis Kelayakan Bisnis.....	125
Penyusunan Rencana Bisnis.....	126
Tahapan Penyusunan Rencana .....	128
Isi Perencanaan Bisnis.....	130
Indikator Rencana Bisnis yang Baik .....	132
Daftar Pustaka.....	132
Profil Penulis.....	134
<b>BAB 12 MANAJEMEN DAN ORGANISASI BISNIS .....</b>	<b>135</b>
Definisi Manajemen .....	135
Fungsi-fungsi Manajemen.....	136
Manfaat dari Fungsi Manajemen .....	138
Tujuan Manajemen Organisasi.....	138
Organisasi.....	139
Contoh Organisasi Bisnis.....	142
Komponen Organisasi Bisnis .....	142
Daftar Pustaka.....	144
Profil Penulis.....	145
<b>BAB 13 MENGELOLA SUMBER DAYA MANUSIA .....</b>	<b>146</b>
Pendahuluan .....	146
Hakikat dan Pentingnya Mengelola Sumber Daya Manusia....	147
Sumber Daya Manusia Unggul di Era <i>Society</i> 5.0 .....	154
Daftar Pustaka.....	157
Profil Penulis.....	159
<b>BAB 14 MEMBUKA USAHA BARU DAN WARALABA.....</b>	<b>160</b>
Peran Wirausaha dalam Perekonomian .....	160
Pengertian Waralaba.....	161
Waralaba di Indonesia.....	165
Waralaba dan <i>Society</i> 5.0 .....	166

Daftar Pustaka.....	171
Profil Penulis.....	173
<b>BAB 15 STRATEGI PEMASARAN DALAM KEWIRAUSAHAAN ....</b>	<b>174</b>
Pendahuluan .....	174
Rencana Pemasaran .....	174
Mengevaluasi dan Mengontrol Tindakan Pemasaran.....	178
Strategi Bauran Pemasaran .....	178
Bauran Pemasaran Jasa .....	179
Strategi STP .....	181
Daftar Pustaka.....	183
Profil Penulis.....	184
<b>BAB 16 KEWIRAUSAHAAN DI ERA <i>SOCIETY</i> 5.0.....</b>	<b>185</b>
Pendahuluan .....	185
Tantangan Kewirausahaan di Era <i>Society</i> 5.0 .....	186
Karakteristik Wirausahawan di Era <i>Society</i> 5.0.....	188
Peluang Kewirausahaan di Era <i>Society</i> 5.0.....	189
Kewirausahaan Sosial di Era <i>Society</i> 5.0.....	190
Kewirausahaan Lingkungan di Era <i>Society</i> 5.0.....	192
Strategi Navigasi Kewirausahaan di Era <i>Society</i> 5.0.....	194
Daftar Pustaka.....	195
Profil Penulis.....	201

# BAB 1 PENGERTIAN DAN KONSEP KEWIRAUSAHAAN

Supriyati, S.E., M.Si., Ak., CA., ASEAN CPA., C.PI., CIAP  
Universitas Komputer Indonesia

## Sejarah Kewirausahaan

### 1. Sejarah Awal Kewirausahaan

Pandangan kewirausahaan muncul kali pertama di Inggris abad ke-18, ditandai dengan terjadinya penemuan-penemuan baru. Era tersebut merupakan masa produksi dengan mesin yang dimulai dengan penemuan mesin uap oleh James Watt dan mesin pemintal benang oleh Richard Arkwright. Para wirausahawan di Inggris abad itu lebih mengedepankan pembangunan perekonomian dengan menerapkan pengetahuan untuk tujuan produksi dan meningkatkan *output* industri melalui penggunaan teknologi baru.

Mayoritas Wirausahawan abad itu berasal dari kelas menengah ke bawah, dan bukan dari golongan aristokrat, sehingga lebih memiliki sifat kesabaran dan energi tak terbatas yang dipicu oleh kebutuhan untuk mewujudkan mimpi dan gagasan kreatif dan inovatifnya. Tujuan wirausaha saat itu adalah untuk tumbuh dan melakukan ekspansi pada organisasi yang mereka miliki. Dedikasi Mereka lebih fokus pada nilai kerja yang dilakukan, dan bukan berorientasi pada keuntungan dan menambah kekayaan sebagai tujuan utama sehingga indikator keberhasilan dilihat pada makna dan kebanggaan dari usaha yang mereka kerjakan.

### 2. Pandangan Para Tokoh Kewirausahaan

Beberapa tokoh dan pandangannya tentang kewirausahaan.

- a. Richard Cantillon (1775);

Pada era kewirausahaan *society* 5.0 saat ini usaha pebisnis sudah berbasis digitalisasi bukan berarti tidak dapat mengurangi risiko dan ketidakpastian yang terkait dengan memulai bisnis baru, yang menyebabkan tingginya kemungkinan kegagalan. Analisis baru dari 230.000 orang di 15 negara mendukung adanya hubungan positif yang kuat antara lingkungan kelembagaan yang kondusif, terutama aturan hukum yang kuat, dan kewirausahaan yang dinamis.

Untuk Islam sendiri sebagai agama mayoritas penduduk di Indonesia, yang mengajarkan umatnya untuk berwirausaha berlandaskan pada ahlakul karimah. Dimana Islam mengajarkan bahwa dalam wirausaha tidak hanya mencari keuntungan secara duniawi namun harus dibekali keimanan dan ilmu yang syar'i berdasarkan pada fikih muamalah agar memiliki nilai ibadah dalam menjalankan bisnisnya dengan meniatkan dan mengakadkan usaha bisnisnya karena Allah SWT semata menjadikan usaha tersebut menjadi lebih berkah. Seperti yang disampaikan oleh Mu'adz bin Jabal Radhiyallahu 'anhu, ia berkata: Rasulullah SAW bersabda: "*Sesungguhnya sebaik baik penghasilan ialah penghasilan para pedagang yang apabila berbicara tidak bohong, apabila diberi amanah tidak khianat, apabila berjanji tidak mengingkari, apabila membeli tidak mencela, apabila menjual tidak berlebihan (dalam menaikkan harga), apabila berhutang tidak menunda nunda pelunasan dan apabila menagih hutang tidak memperberat orang yang sedang kesulitan.*" Hadis (Diriwayatkan oleh Al-Baihaqi di dalam Syu'abul Iman, Bab Hifzhu Al-Lisan IV/221) yang dijadikan sebagai prinsip dasar dalam melakukan wirausaha di era saat ini (Yulianti, 2017).

### Daftar Pustaka

- Aldrich, H. E., & Ruef, M. (2006). *Organizations Evolving* (2nd ed.). SAGE Publications Ltd.
- Alvarez, S., & Busenitz, L. (2001). The entrepreneurship of resource based theory. *Journal of Management*, 27, 755-775.
- Asian Development Bank. (2022). *Asian Development Outlook 2022* (Issue September).
- Davidson, P., & Honing, B. (2003). The role of social and human capital

## Pengertian dan Konsep Kewirausahaan

- among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 20, 121.
- Fajrillah, Supriyati, Kraugusteeliana, Rizaldi, Vehtasvili, Amane, A. P. O., Yahya, Sianturi, N. M., Manafe, M. W. N., Herowandi, M., Baraja, A., Arnesia, P. D., Ismanidar, N., & Sjafrina, F. (2022). *E-GOVERNMENT* (D. Gustian (ed.)). Media Sains Indonesia.
- Fiet, J. O. (2002). *The Systematic Search for Entrepreneurial Discoveries*. Quorum Books.
- Kwabena, N., & Simpeh, K. (2011). Entrepreneurship theories and Empirical research: A Summary Review of the Literature. *European Journal of Business and Management*, 3, 1–8.
- Landström, H. (1999). The Roots of Entrepreneurial Research. *New England Journal of Entrepreneurship*, 2(2), 9–20. <https://doi.org/10.1108/NEJE-02-02-1999-B002>
- Murphy, J. ., Liao, J., & Welsch, P. H. (2006). A Conceptual history of entrepreneurial thought. *Journal of Management History*, 12, 9–24.
- Prakash, V. (2015). *Entrepreneurship Development* (No. BA7032).
- Radiansyah, A., Ansari, M. I., Levany, Y., Ramadanis, Azhar, I., Fajriah, A. N., Jannah, L., Aisyah, S., Candra, R., Kampo, K., Putra, Y. E., Rosalina, D., Basir, I., Prakoso, A., Sampe, F., Deswita, S., Rahmi, M., Rizka, Nainggolan, E. P., & Supriyati. (2023). *Pengantar Akuntansi*. PT Sada Kurnia Pustaka.
- Ricardo, D. (1817). *On the Principles of Political Economy and Taxation*. John Murray.
- Rusdiana, A. (2018). *Kewirausahaan Teori dan Praktik* (Edisi 2). Pustaka Setia.
- Saiman, L. (2009). *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-kasus*.

Salemba Empat.

Say, J. B. (1834). *A treatise on political economy: or, The production, distribution, and consumption of wealth*. Grigg & Elliot.

Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press.

Shane, S. A. (2000). Prior Knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Organisation Science*, 11, 448–469.

Smith, A. (1776). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Methuen Publishers.

Soegoto, E. S. (2015). *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung*. PT Elex Media Komputindo.

Suhardi, Supriyati, Raprayogha, R., Sutaguna, I. N. T., Radiansyah, A., Sekarningtyas, H., Sampe, F., Firdaus, R., Iwan, P., Machfudi, Levany, Y., Afrizal, Gusnafitri, & Almahdali, F. (2022). *Pengantar Ilmu Manajemen (Teori dan Implementasi)*. PT Sada Kurnia Pustaka.

Supriyati, & Bahri, R. S. (2020). Model Design of Accounting Information Systems for Village Owned Enterprises ({BUMDes}). *{IOP} Conference Series: Materials Science and Engineering*, 879, 12093. <https://doi.org/10.1088/1757-899x/879/1/012093>

Supriyati, S., Elpisah, E., Jumiati, E., Rahayu, Y. P., Abolladaka, J., Jumri, J., Nasution, F. Z., Nazipawati, N., Shiddiq, M. H. A., Ristiyana, R., Kundhani, E. Y., Safarida, N., Sujana, I. W., Dewadi, F. M., & Yudilestari, E. P. (2022). Pengantar Ilmu Ekonomi. In S. Suwandi (Ed.), *Eureka Media Aksara*. Eureka Media Aksara.

Supriyati, S., Mulyani, S., Suharman, H., & Supriadi, T. (2022). The Influence of Business Models, Information Technology on the

## Pengertian dan Konsep Kewirausahaan

Quality of Accounting Information Systems Digitizing MSMEs Post-COVID-19. *Jurnal Sistem Informasi*, 18(2), 36–49. <https://doi.org/10.21609/jsi.v18i2.1141>

Supriyati, S., & Rizky, D. (2018). Model Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Budidaya Perikanan Berbasis SAK EMKM dan Android. *@is The Best: Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise*, 3(2), 301–315. <https://doi.org/10.34010/aisthebest.v3i2.1526>

Yulianti. (2017). *Wirausaha Dalam Pandangan Islam*. Indonesian Creative. [http://indonesiancreative.id/read\\_article/2017/3/wirausaha-dalam-pandangan-islam.html#.Y-JR-nZBzIW](http://indonesiancreative.id/read_article/2017/3/wirausaha-dalam-pandangan-islam.html#.Y-JR-nZBzIW)

### PROFIL PENULIS



#### **Supriyati, S.E., M.Si., Ak., CA., ASEAN CPA., C.PI., CIAP**

Penulis menyelesaikan studi S1 di prodi Akuntansi Universitas Komputer Indonesia Kota Bandung pada tahun 2003. Tahun 2011 penulis menyelesaikan studi S2 di prodi Akuntansi Universitas Padjadjaran (UNPAD) Kota Bandung dan menyelesaikan studi profesi Akuntansi pada tahun 2014 di Universitas Islam Bandung. Amanah profesi Penulis saat ini sebagai Dosen Tetap di Program Studi Komputerisasi Akuntansi Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer pada Universitas Komputer Indonesia sejak tahun 2004 sampai sekarang. Selama menjadi dosen, penulis aktif sebagai peneliti dan telah mempublikasikan artikel pada jurnal-jurnal terakreditasi nasional maupun jurnal internasional serta pada prosiding-prosiding. Amanah Profesi lainnya adalah menjadi Editor In Chief pada Ojs @is The Best Terakreditasi Sinta 4 SK Number: [105/E/KPT/2022](https://ojs.unikom.ac.id/index.php/aisthebest/about/editorialTeam) dengan link website: <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/aisthebest/about/editorialTeam> dan sebagai Reviewer *Open Journal System* pada beberapa *Open Journal System* di Skala nasional dan International. Selain itu penulis juga aktif menulis buku ajar sebagai bahan ajar perkuliahan dan berbagai buku diberbagai bidang serta sebagai Pengurus Asosiasi Dosen Akuntansi Indonesia (ADAI) untuk Wilayah Jawa Barat. Keanggotaan Profesi pada *Council Of Asian Science Editor (CASE)*, Anggota Himpunan Editor Berkala Ilmiah Indonesia (HEBI), Anggota Akuntan Profesional Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), Anggota Asosiasi Perguruan Tinggi Informatika dan Ilmu Komputer (APTIKOM), Anggota Asosiasi Program Studi Komputerisasi Akuntansi Indonesia (APSKAI).

**“Apabila Allah menggerakkan hatimu untuk selalu mengingat-Nya,  
maka itu pertanda bahwa Allah mencintaimu”**

**~Ali bin Abi Thalib~**

IG : supriyatiunikom  
Youtube : Supriyati Unikom  
FB : mandasupriyati  
Email Penulis : [supriyati@email.unikom.ac.id](mailto:supriyati@email.unikom.ac.id)  
Orchid : <https://orcid.org/0000-0001-5901-9978>  
Scopus : <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57211505545>  
Scholar : <https://scholar.google.co.id/citations?hl=id&user=e0q3P-8AAAAI>  
Sinta : <https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/258641>

# BAB 2 KARAKTERISTIK DAN NILAI-NILAI KEWIRAUSAHAAN

Dr. Adrian Radiansyah, S.E., M.M.  
STIE Pertiba Pangkalpinang

## Karakteristik Kewirausahaan

Pada Era *Society* 5.0 dengan berkembangnya teknologi dan bisnis digital berupa kebutuhan, seperti: *Internet of Things* (IoT), *Artificial Intelligence* (AI), *Big Data*, *e-Commerce*, *Future of Work*, Robotika (drone, *smart phone*, *smart home*, mobil tanpa sopir, ruang kelas daring atau *online*, dan lainnya) bertujuan membuat manusia menjadi lebih mudah menikmati kehidupan sehingga meningkatkan produktivitas manusia. *Skillets* dalam hal penguasaan teknologi akan memberikan kemampuan dan kompetensi dalam hal penguasaan IT dan *Basic Digital Skills* dari Wirausahawan yang tidak lagi hanya terbatas pada *Physical and Manual* serta *Basic Cognitive*, namun harus lebih banyak dalam hal *Higher Cognitive* yang merupakan keahlian yang ditunjang dengan kreativitas serta kemampuan dalam menginterpretasi dan memproses informasi; serta keahlian *Social and Emotional* yang merupakan prasyarat berikutnya yang menjadi kunci kecakapan yang harus dimiliki Wirausahawan dimana kemampuan ini akan mengarahkan dalam hal *intrapreneur* dan inisiatif dalam pemecahan masalah.

Wirausaha adalah orang yang terampil melihat adanya peluang kemudian memanfaatkan peluang untuk mengembangkan usahanya yang bertujuan meningkatkan kehidupannya. Kewirausahaan atau *Entrepreneur* adalah semua tindakan kreatif dan inovatif seseorang

- sehingga memaksa ketidaktepatan dalam menemukan penggantinya.
- c. Kapabilitas Manajer, Memiliki keterampilan yang tinggi dan pemahaman atas kemampuan pemasaran akan memiliki nilai yang lebih.
  - d. Visi, Memiliki visi dengan harapan dan keinginan terhadap organisasi yang akan dilanjutkan oleh Suksesor untuk keberlangsungan organisasi.
  - e. Faktor Lingkungan, Ada Kalanya perubahan suksesi dikarenakan lingkungan usaha juga berubah dan diikuti dengan perubahan paralel di tingkat top manajemen.

### Daftar Pustaka

- Ananda, Rusydi., Rafida, Tien. (2016). Pengantar Kewirausahaan; Rekayasa Akademik Melahirkan Entrepreneurship. Perdana Publishing. Medan.
- Boohene, Rosemond., Sheridan, Alison., and Kotey, Bernice. (2008). "Gender, Personal Values, Strategies and Small Business Performance: A Ghanaian Case Study." *Equal Opportunities International* 27 (3): 237-57. <https://doi.org/10.1108/02610150810860075>
- EntreComp. (2016). *The Entrepreneurship Competence Framework*, Joint Research (JRC) Centre Science for Policy Report, European Commission's in-House Science Service. Seville. Spain
- Marriotti, Steve., and Towel, Tony. (2010). *Entrepreneurship: Owning Your Future*. Eleventh Edition. Prentice Hall. Boston. USA
- Mulyadi. (2011). *Kewirausahaan; Bertindak Kreatif dan Inovatif*. Rafah Press. Palembang
- Salgues, Bruno. (2018). *Society 5.0 Industry of the Future, Technologies, Methods and Tools*. New Jersey, USA: John Wiley & Sons.
- Wijatno, S. (2009). *Pengantar Entrepreneurship*. Grasindo, Jakarta.

## **PROFIL PENULIS**



### **Dr. Adrian Radiansyah, S.E., M.M.**

Penulis menempuh pendidikan di Perguruan Tinggi pada program studi S1 dan S2 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Krisnadwipayana (FE-Unkris) Jakarta tahun 1995 dan tahun 2000, kemudian melanjutkan pendidikan pada program S3 prodi Ilmu Manajemen konsentrasi MSDM (IM-MSDM) Universitas Negeri Jakarta (UNJ) Jakarta tahun 2015. Penulis sebagai dosen program S1-Sarjana dan S2-Magister Manajemen pada STIE Pertiba Pangkalpinang, selain itu penulis memiliki aktivitas lain sebagai konsultan dan praktisi di bidang *Human Capital* dan *Risk Management*, penulis pun aktif sebagai mitra dan *Counterpart* kajian penelitian dengan pemerintah daerah di bidang kepakarannya tersebut.

Email Penulis: [adrian\\_radiansyah@yahoo.com](mailto:adrian_radiansyah@yahoo.com)

# BAB 3 MEMBANGUN VISI DAN MISI BISNIS

Ahmad Maulidizen, S.E.Sy., M.Sh., AWP.  
STIMIK ESQ

## Pendahuluan

Dalam merancang bisnis perlu menentukan kejelasan visi, misi, tujuan dan strategi yang dapat mewujudkannya. Visi merupakan rumusan umum tentang keadaan akhir periode yang diinginkan oleh seluruh *stakeholder*, sementara misi yaitu rumusan upaya dalam mengimplementasikan visi, sementara perencanaan strategis merupakan proses penentuan program yang akan dijalankan oleh perusahaan, proyeksi jumlah sumber daya yang akan dialokasikan untuk pencapaian program jangka panjang.

Perencanaan strategis, maka visi dan misi bisnis dapat dicapai serta sumber daya yang diperlukan dapat didistribusikan. Suatu bisnis terlebih dahulu mempunyai cita-cita yang ingin dicapai pada jangka panjang. Maka untuk memenuhi misi itulah perusahaan merumuskan upaya tertentu yang efektif serta efisien dalam mencapai tujuan bisnis.

## Membangun Visi Bisnis

Bisnis dirancang untuk menciptakan perubahan demi peningkatan kemakmuran. Oleh karena itu, membangun visi bisnis hakikatnya mengubah bisnis yang menciptakan kekayaan. Dengan membangun visi bisnis, maka arah strategis perusahaan untuk meraih berbagai hasil di masa depan dengan mengarahkan penggunaan sumber daya yang dimiliki. Visi yang telah diciptakan oleh perusahaan mempunyai ikatan yang sangat kuat dengan misi perusahaan dalam arti arah

## Membangun Visi dan Misi Bisnis

2. Adaptasi Strategis, yaitu menyesuaikan strategi dengan kekuatan dan kelemahan serta ancaman dan peluang
3. Sasaran strategis, yaitu memfokuskan perusahaan pada kemenangan, memotivasi karyawan, mengomunikasikan tujuan, memelihara antusiasme, menyediakan ruang untuk kontribusi individu dan kelompok, dan memberikan arahan untuk alokasi sumber daya.

### Kaitan Antara Visi, Misi, Tujuan & Strategi Bisnis

Visi, misi dan tujuan bisnis berkorelasi dengan strategi perusahaan. Korelasi ini terlihat pada peran visi yang mencerminkan alasan kuat keberadaan perusahaan, misi yang merupakan pernyataan manajemen tentang gambaran umum perusahaan, sedangkan tujuan adalah pernyataan yang berkaitan dengan visi (Hamdan 2001). standar produksi, pasar dan keuangan yang ingin dicapai perusahaan. Ketiga instrumen tersebut menguraikan strategi perusahaan, yang meliputi bauran produk, target pelanggan, metode produksi, dan berbagai keputusan manajemen lainnya. Strategi digunakan untuk menentukan atau mengimplementasikan visi dan misi perusahaan, dan mengalokasikan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan.

### Daftar Pustaka

- Anisa, Citra Ayu, and Rahmatullah. 2020. "Visi Dan Misi Menurut Fred R David Dalam Perspektif Pendidikan Islam." *Jurnal Evaluasi* 4(1):70–87.
- Arfiudin, Opan, Rahmah Tanjung, and Yayan Sofyan. 2020. *Manajemen Strategik: Teori Dan Implementasi*. Purwokerto: CV. Pena Persada.
- Hamdan, Yusuf. 2001. "Pernyataan Visi Dan Misi Perguruan Tinggi." *Jurna Mimbar* 17(1):90–103.
- Kusmulyono, M. Setiawan, and Teguh Enderyono. 2018. "Kekuatan Visi Misi Dalam Memandu Arah Strategis UMKM Lebon." Pp. 138–43 in *Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*.

Suryadi, Djaka. 2012. "Pentingnya Visi Dan Misi Dalam Mengelola Suatu Usaha." *Jurnal Asy-Syukriyah* 9(1):17-35.

Wongo, Wawan. 2014. "Perumusan Visi, Misi & Value Statement Serta Standarisasi Proses Bisnis Pada Perusahaan Berbasis Bisnis Keluarga." *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya* 3(1):1-10.

## PROFIL PENULIS



### **Ahmad Maulidizen, S.E.Sy, M.Sh, AWP.**

Lulus S1 di Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau tahun 2014, lulus S2 di Program Master of Shariah, University of Malaya tahun 2016 dan sedang menyelesaikan S3 di Program Doktor Pengkajian Islam bidang Ekonomi di Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah.

Penulis merupakan dosen tetap Program Studi Manajemen STIMIK ESQ. Penulis juga merupakan Associate Wealth Planner Syariah dari FPSB Indonesia, dan Dewan Pengawas Syariah Sertifikasi MUI. Selain itu, penulis telah publikasi artikel di jurnal bereputasi dan reviewer pada jurnal akreditasi dan Internasional seperti *Cogent Business and Management* (Scopus Q2), *Quality: Access to Success* (Scopus Q2), *European Journal of Islamic Finance* University of Turin, Italy dan *Malaysia Journal of Syariah and Law* Universiti Sains Islam Malaysia, *Jurnal Tsaqafah* (Sinta 2), *Jurnal Iqtishaduna* (Sinta 4), *Jurnal Hukum Islam* (Sinta 4), dan lain sebagainya.

# BAB 4 IDE DAN PELUANG USAHA

**M. Guffar Harahap, S.E., M.E.**

Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah

## **Pengertian Ide dan Peluang Usaha**

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan gagasan sebagai suatu pemikiran atau persiapan untuk mencapai suatu tujuan. Ide adalah pemikiran tiba-tiba yang muncul dari pengamatan fisik, dianggap logis, dan memiliki arti dan kegunaan baru. Sebagai wirausahawan yang baik, seorang wirausahawan dapat membawa inovasi ke tingkat selanjutnya dengan memunculkan ide-ide dalam dirinya. Dalam konteks kewirausahaan, ide adalah ide yang dihasilkan dari daya cipta seseorang yang mampu menciptakan sesuatu yang baru sebagai sumber peluang dan menggunakannya untuk keuntungan mereka dalam bisnis.

Ide bisnis adalah ide produk atau peluang pasar untuk menghasilkan uang dengan membuat dan menjual produk. Ide bisnis adalah satu-satunya yang secara pribadi dapat mengalami ide bisnis. Ide-ide tersebut muncul dari pengalaman mereka melakukan berbagai upaya untuk bertahan dalam membangun bisnis, yang seringkali ditandai dengan frustrasi dan berawal dari inovasi para pelaku bisnis. Sederhananya, ide bisnis adalah deskripsi singkat dan tepat dari perusahaan yang ingin Anda dirikan atau jalankan.

Dua kata, "peluang" dan "usaha", membentuk peluang bisnis. Peluang diartikan sebagai peluang, ruang, baik konkrit maupun abstrak yang memberikan kemungkinan bagi suatu kegiatan untuk memanfaatkannya dalam upaya mencapai suatu tujuan, demikian bunyi Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Sebaliknya, "bisnis

### 7. Produsen *Gadget*

Pabrikasi smartphone, khususnya, akan terus menghasilkan banyak uang karena semakin banyak orang akan menggunakan gadget di masa mendatang. Namun Apple, Samsung, Xiaomi, dan bisnis lainnya menghadapi persaingan ketat di sektor ini. Inovasi, kualitas tinggi, dan biaya yang masuk akal adalah kuncinya.

### 8. Layanan Kesehatan Berbasis Teknologi

Saat ini sudah mulai banyak layanan konsultasi online dengan dokter, seperti HaloDoc. Pelayanan kesehatan berbasis teknologi diharapkan dapat berkembang dengan cepat karena pelanggan semakin dimanjakan dengan pelayanan yang cepat dan ramah yang tidak mengharuskan mereka untuk keluar rumah.

## Daftar Pustaka

- Acai Sudirman, M. M. (2020). *Sistem Informasi Manajemen*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Djuniardi, D., Mekaniwati, A., Mulyana, M., Wiwin, K., Wismayanti, D., Kardini, N., Purnamaningsih, E., Prayudi, D., Hadawiah, A., Yani, Norhidayati, A., Mursalat, I., Gede, C., Putra, V., Debi, E., Putri, S., Rambe, T., & Editor, M. (2022). *KEWIRAUSAHAAN UMKM di Era 4.0* (Issue September).
- Jackie Ambadar, M. A. (2010). *Rencana Usaha*. Bandung: Kaifa.
- Marlinah, L. (2019). Pentingnya Peran Perguruan Tinggi dalam Mencetak SDM yang Berjiwa Inovator dan Technopreneur Menyongsong Era Society 5.0. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 2(3), 17–25. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/647>
- Permanawati, R. R., & Yulianeu, A. (2018). Sistem Pakar Untuk Menentukan Suatu Peluang Usaha Dengan Menggunakan Metode Smarter Dan Oreste. *Jumantaka*, 1(1), 31–40.

## PROFIL PENULIS



### **M. Guffar Harahap, S.E., M.E.**

Penulis dilahirkan di desa sei sembilang pada tanggal 11 Mei 1993. Saat ini penulis aktif sebagai dosen prodi manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah. Pendidikan S1 nya ditempuh di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Sumatera Utara, jurusan Ekonomi Syariah. S2-nya ditempuh di Pascasarjana UIN Sumatera Utara, Medan Program Ekonomi Syariah.

Penulis memiliki kepakaran dibidang Ekonomi Manajemen Syariah. Dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti di bidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah. Selain peneliti, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini.

Email Penulis: [medanguffar@gmail.com](mailto:medanguffar@gmail.com)

# BAB 5 KREATIF DAN INOVATIF DALAM BERWIRAUSAHA

**Jie Lydia Irawan, S.E., M.M.**  
Universitas Atma Jaya Makassar

## **Pendahuluan**

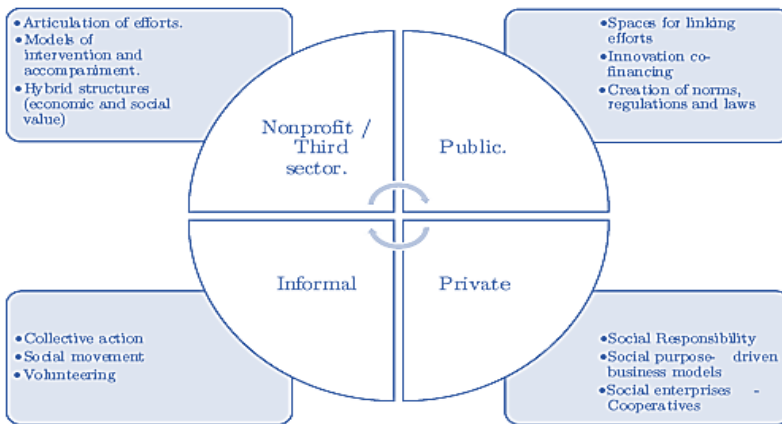
Kewirausahaan identik dengan kreativitas dan inovasi, diperlukan kedua hal tersebut agar dapat menjadi pengusaha yang sukses. Jika hanya menggunakan salah satu saja tidak akan menjamin kesuksesan. Kebanyakan orang menganggap kreativitas dan inovasi sebagai satu hal yang sama, tetapi kedua atribut tersebut sebenarnya sedikit berbeda. Seseorang dikatakan sebagai pengusaha sukses apabila dia telah mampu menciptakan sesuatu dari ketiadaan dan mampu mengatasi rintangan untuk menciptakan bisnis yang sukses.

Masalah seseorang merupakan peluang bagi orang lain, dan sifat inovasi yang pada dasarnya adalah mengenai kewirausahaan dan perpaduan kuat antara visi, hasrat, energi, antusiasme, wawasan, penilaian, dan kerja keras, yang memungkinkan ide-ide bagus menjadi kenyataan. Sedangkan kreativitas melibatkan orisinalitas tetapi juga otentik dalam urusan bisnis. Kreativitas dapat terjadi di mana saja, dan tidak harus mengikuti jalur tertentu.

Dunia membutuhkan orang-orang kreatif dan inovatif serta organisasi kreatif dan inovatif untuk membantu memecahkan masalah masyarakat. Kreativitas dan inovatif dapat menjadi pilihan dalam hal bertanya-tanya bagaimana memperbaiki sesuatu atau suatu kebutuhan ketika tidak ada alternatif lain. Kreativitas dan inovatif diperlukan dalam situasi tertentu untuk dapat bertahan hidup.

## Kreatif dan Inovatif dalam Berwirausaha

Para inovator ini dapat berupa individu (pengusaha sosial atau intrapreneur sosial), kelompok sosial (kolektif), organisasi swasta (Lembaga Swadaya Masyarakat, perusahaan, atau koperasi), atau lembaga publik (Organisasi Pemerintah) yang mencari, melalui beberapa jenis kewirausahaan atau inisiatif menanggapi masalah sosial dan mengatasi kebutuhan sosial yang tidak terpenuhi secara sistemik.



**Gambar 5.5. Bentuk Partisipasi Sektor dalam Penciptaan Inovasi Sosial**

Sumber: Portales, 2019

## Daftar Pustaka

- Barringer, B. R., & Ireland, R. D. (2022). *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures, Updated Sixth Edition Global Edition*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Cajaiba-Santana, G. (2014). Social Innovation: Moving the Field Forward: A Conceptual Framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 42-51.
- Dhaliwal, I. S. (2022). *The Art and Science of Entrepreneurship*. Singapore: World Scientific Publishing.

- Portales, L. (2019). *Social Innovation and Social Entrepreneurship: Fundamentals, Concepts, and Tools*. Switzerland: Springer Nature Switzerland.
- Ratten, V. (2022). *Analyse, Ideate and Grow: The Role of Creativity and Entrepreneurship*. Singapore: Springer Nature Singapore Pte Ltd.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2021). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*. United States: Wiley.
- Wood, E. (2022). *Zero to Mastery in Entrepreneurship*. India: Vayu Education of India.

## **PROFIL PENULIS**



### **Jie Lydia Irawan, S.E., M.M.**

Ketertarikan penulis terhadap ilmu ekonomi dan manajemen dimulai pada tahun 2013 silam. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk masuk ke program studi manajemen. Saat ini penulis merupakan dosen pada program studi manajemen di Universitas Atma Jaya Makassar. Penulis menyelesaikan studi S1 di prodi manajemen

Universitas Atma Jaya Makassar pada tahun 2017. Penulis kemudian melanjutkan dan menyelesaikan studi S2 di prodi manajemen program Pasca Sarjana Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Sebagai seorang yang mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuh, penulis juga mengikuti berbagai pelatihan, workshop dan seminar untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Penulis memiliki kepakaran di bidang *financial distress*, saham dan akuntansi. Untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti di bidang return saham dan financial distress yang telah diterbitkan di berbagai jurnal nasional. Selain melakukan penelitian, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini.

Email Penulis: [jielydiairawan@gmail.com](mailto:jielydiairawan@gmail.com)

# BAB 6 MOTIVASI BERWIRAUSAHA

**Yolanda Desti, S.M., M.M.**  
Universitas Adzkia

## **Pengertian Motivasi**

Dalam dunia bisnis, motivasi ibarat bahan bakar. Dialah yang membangkitkan semangat para pengusaha untuk menemukan cita-citanya. Tanpa motivasi, pengusaha tidak akan bergerak cepat, bahkan mungkin berhenti di tengah jalan. Pertanyaannya adalah mengapa motivasi sangat penting bagi kewirausahaan. Sebelum menjawab pertanyaan tersebut, ada beberapa konsep yang perlu diperjelas mengenai motivasi, yaitu motif dan motivasi itu sendiri (Alifuddin & Razak, 2015).

Istilah motivasi berasal dari bahasa latin, yaitu *motive*. Motif didefinisikan menjadi kondisi seseorang yang mendorong untuk mencari suatu kepuasan atau mencapai suatu tujuan (Masmuh, 2010). Selanjutnya, diserap dalam bahasa Inggris, yaitu *motivation* berarti pemberian motif, penimbulkan motif, atau hal yang menyebabkan dorongan atau keadaan yang mengakibatkan dorongan.

Motivasi adalah faktor-faktor yang terdapat dalam diri seorang yang menggerakkan serta mengarahkan perilakunya untuk memenuhi tujuan tertentu (Tewal et al., 2017).

Motivasi sebagai proses yang menjelaskan intensitas, arah dan ketekunan seseorang untuk mencapai suatu tujuan (Robbins & Judge, 2013). Motivasi berarti memberi motif, menimbulkan motif, dorongan atau keadaan yang menyebabkan dorongan. Motivasi mampu menjadi faktor pendorong untuk berperilaku secara eksklusif (Rusdiana, 2018).

## **PROFIL PENULIS**



### **Yolanda Desti, S.M., M.M.**

Ketertarikan penulis terhadap ilmu ekonomi manajemen dimulai pada tahun 2016 silam. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk masuk ke Perguruan Tinggi yaitu dengan mengambil jurusan manajemen. Dan selama kuliah penulis mulai tertarik dengan bidang pemasaran sehingga penulis mengambil konsentrasi manajemen pemasaran dan berhasil menyelesaikan studi S1 di Jurusan Manajemen Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang pada tahun 2020. Satu setengah tahun kemudian, penulis menyelesaikan studi S2 di Jurusan Manajemen Program Pasca Sarjana dengan melanjutkan mengambil konsentrasi di bidang Pemasaran di Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang.

Penulis memiliki kepakaran dibidang Marketing. Dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti di bidang kepakarannya tersebut. Selain peneliti, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini.

Email Penulis: [yolandadesti@gmail.com](mailto:yolandadesti@gmail.com)

# BAB 7 MENGELOLA RISIKO BERWIRAUSAHA

Dr. Siti Rohima, S.E., M.Si.  
Universitas Sriwijaya

## **Pendahuluan**

Berwirausaha (*entrepreneurship*) merupakan upaya seseorang dalam bekerja dan merintis karir untuk kehidupan di masa depan. Mereka yang sedang mencari kerja atau yang belum bekerja dapat diberikan peluang kerja dari kegiatan berwirausaha. Menurut (Kasmir, 2011) pengertian berwirausaha adalah suatu proses penerapan kreativitas, berinovasi, mampu memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha). Aktor yang berkecimpung dalam bidang tersebut dikenal sebagai wirausaha atau dikenal dengan istilah *entrepreneur*. Menilai kesempatan usaha, kemampuan melihat, mengelola sumber daya untuk mendapatkan *profit* dan menentukan solusi yang tepat untuk memperoleh kesuksesan adalah karakter yang dimiliki seorang wirausaha. (Meredith, 2005).

Di Indonesia saat ini, solusi yang dianggap tepat untuk mengurangi tingkat pengangguran dan mengatasi masalah kemiskinan adalah berwirausaha. Pemerintah juga mendorong dan memberikan kemudahan untuk berwirausaha. Seorang tenaga kerja bila hanya mengandalkan ijazah tanpa memiliki keterampilan dan jiwa *entrepreneurship*, dia akan mengalami kesulitan dalam memperoleh pekerjaan. Jumlah peluang kerja yang tersedia di Indonesia tidak proporsional dengan jumlah tenaga kerja lulusan perguruan tinggi. Saat ini, di Negara Amerika Serikat jumlah wirausaha berkisar 11,5 sampai 12 persen. Di Negara Singapura jumlah wirausaha sebanyak 7 persen dari total penduduk. Jumlah

## **Mengelola Risiko Berwirausaha**

*financing*. Pengelolaan risiko yang efektif dapat membantu wirausaha mengembangkan usahanya, menyerap tenaga kerja, mengurangi kemiskinan, meningkatkan kemampuan ekonomi, sukses, eksis dan dapat berkontribusi secara nyata dalam perekonomian.

### **Daftar Pustaka**

- Ayat, S. (2003). Manajemen Risiko. Gema Akastri.
- Darmawi, H. (2016). Manajemen Risiko. Bumi Aksara.
- Djojosoedarso, S. (1999). Prinsip-Prinsip Manajemen Risiko dan Asuransi. Salemba Empat.
- Hanafi, M. M. (2014). Manajemen Risiko. Universitas Terbuka.
- Indroes, F. N. (2011). Manajemen Risiko Perbankan. PT Raja Grafindo Persada.
- Karim, A. A. (2007). Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan. PT. Raja Grafindo.
- Kasmir. (2011). Manajemen Perbankan. Rajawali Pers.
- Meredith, G. (2005). Kewirausahaan Teori dan Praktek. PPM.
- Supriyono, M. (2011). Buku Pintar Perbankan. C.V Andi Offset

## PROFIL PENULIS



### **Dr. Siti Rohima, S.E., M.Si.**

Pendidikan formal pada Strata S1 ditempuh pada Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya dan selesai tahun 1993. Melanjutkan Strata S2 pada Program Studi Ilmu Ekonomi, Universitas Sriwijaya dan lulus tahun 2009. Strata S3 ditempuh pada Program Doktor Ilmu Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya dan lulus tahun 2013. Penulis merupakan Dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya. Mata kuliah yang diajarkan Ekonomi Publik, Keuangan Daerah, Ekonomi Moneter, Ekonomi Makro, Ekonomi Pembangunan dan Perekonomian Indonesia. Aktif di berbagai kajian dan penelitian. Penulis juga aktif sebagai pengurus Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) Cabang Palembang periode 2022-2025 dan Pengurus Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) Sumatera Selatan periode 2022-2027.

# BAB 8 PROSES BISNIS DAN USAHA INDUSTRI KREATIF

**Masnawaty Sangkala, S.E., M.Si., Ph.D., Ak., CA., CPA.**  
Universitas Negeri Makassar

## **Pengertian Industri Kreatif**

Industri kreatif didasarkan pada kreativitas individu dan kompetensi menghasilkan kekayaan dan lapangan kerja melalui eksploitasi dan penciptaan kekayaan intelektual dan kreativitas pribadi. (UK DCM Task Force, 1998). Menurut Howkins, produksi atau penciptaan berbagai desain kreatif untuk mengiringi produk dan jasa merupakan industri kreatif. Itu ditandai dengan orisinalitas.

Semua proses penciptaan, kreativitas, dan pertukaran ide antara individu atau kelompok yang dapat menghasilkan karya atau produk disebut sebagai industri kreatif. Itu terdiri dari dua kata Industri kreatif itu sendiri merupakan penggabungan dari dua kata, yakni industri dan kreatif.

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, industri adalah proses pengolahan barang dengan sarana dan peralatannya, dan kreatif adalah kata sifat yang menunjukkan daya cipta dan kreativitas seseorang atau kelompok. Diharapkan bahwa penemuan individu atau kelompok akan berkontribusi pada ekspansi ekonomi dan menyediakan pekerjaan baru bagi orang yang membutuhkan. Oleh karena itu industri kreatif merupakan salah satu penopang perekonomian negara, sehingga harus terus berkembang dari waktu ke waktu, dan merupakan area kunci yang perlu kita bangun bersama dalam pembangunannya. Industri kreatif adalah berbagai kegiatan ekonomi yang timbul dari pemikiran dan gagasan berdasarkan bakat, keterampilan, dan kreativitas individu.

mendorong masyarakat untuk terus berinovasi dan menciptakan kreasi baru. Selain itu, sistem ini merupakan salah satu inisiatif pembangunan ekonomi pemerintah dengan menghasilkan ide baru.

### **3. Mendorong Kreativitas dan Inovasi**

Dukungan dari pemerintah diperlukan untuk ide dan inovasi yang baik dari pendanaan fasilitas untuk mewujudkannya. Hal ini mendorong para penggiat usaha untuk berinovasi dan menghasilkan karya melalui berbagai kreativitas.

### **4. Integrasi Aset dan kemungkinan**

Kreatif merupakan salah satu kebijakan pemerintah industri untuk mengintegrasikan kemampuan menumbuhkan aset dan kreatifitas. Bagi industri kreatif, pengelolaan aset yang maksimal bisa menjadi sumber permodalan sehingga masyarakat dapat menyumbangkan kreativitasnya secara maksimal.

## **Daftar Pustaka**

<https://accurate.id/bisnis-ukm/pengertian-industri-kreatif/>

<https://www.jurnal.id/id/blog/jenis-industri-kreatif-sbc/#:~:text=Industri%20kreatif%20adalah%20berbagai%20kegiatan,yang%20hadir%20secara%20fisik%20saja.>

<https://majoo.id/solusi/detail/industri-kreatif>

[https://www.gramedia.com/literasi/industri-kreatif/#1\\_Arsitektur](https://www.gramedia.com/literasi/industri-kreatif/#1_Arsitektur)

<https://info.populix.co/articles/industri-kreatif-adalah/>

## PROFIL PENULIS



**Masnawaty Sangkala, S.E., M.Si., Ph.D., Ak., CA., CPA.**

Adalah Dosen pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar sejak tahun 1998 sampai sekarang, dilahirkan di Makassar pada tanggal 1 Agustus 1965. Penulis Mengajar di bidang Sistem Informasi Akuntansi, Auditing dan Sistem Pengendalian Manajemen. Sejak Tahun 1995 – 2017 penulis bekerja sebagai Auditor pada kantor Akuntan Publik, pada Tahun 2018 – Sekarang penulis telah menjadi pimpinan pada kantor Akuntan Publik “Masnawaty Sangkala, S.E., M.Si., Ph.D., Ak., CA., CPA” Pengalaman dibidang Akuntansi pada tahun 1995- sekarang membantu Menyusun Laporan Keuangan dan memeriksa Laporan Keuangan di beberapa perusahaan baik perusahaan Jasa, Dagang, Manufaktur, Badan Layanan Umum (BLU) Maupun Badan Layanan Umum Daerah (BLUD).

Email Penulis: [wati\\_4529@yahoo.co.id](mailto:wati_4529@yahoo.co.id)

# BAB 9 ETIKA BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN

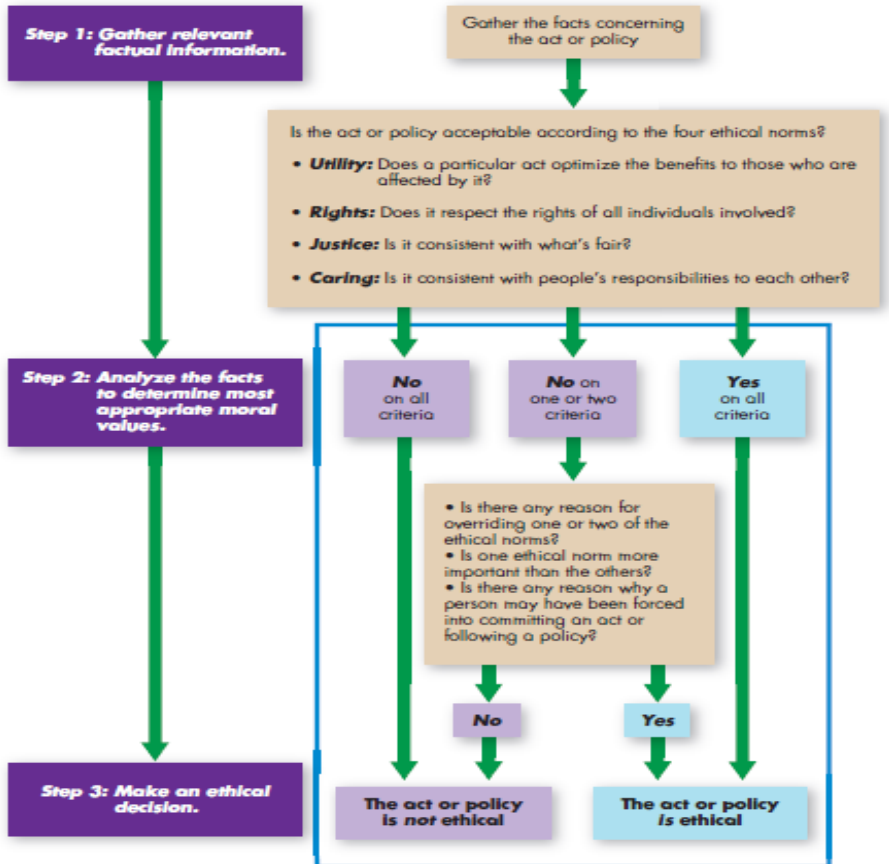
**Lisa Jolanda Catherine Polimpung, S.E., M.M.**  
Universitas Atma Jaya Makassar

## **Pendahuluan**

Konsep mengenai etika bisnis dan kewirausahaan saat ini telah mendapat pengakuan di kalangan akademisi dan peneliti. Hal ini disebabkan adanya rintangan yang dihadapi oleh wirausahawan, seperti perubahan secara konstan dalam dunia bisnis dan industri. Selain itu, sumber daya keuangan yang terbatas menyebabkan munculnya tekanan dalam mengambil keputusan etis yang menyebabkan wirausahawan penuh dengan ambiguitas (Chau dan Siu, 2000; dan Harris, Sapienza dan Bowie, 2009). Wirausahawan harus mencari peluang dalam lingkungan yang dinamis dan kompetitif dan memanfaatkan peluang tersebut agar dapat meningkatkan kemajuan perusahaannya. Tekanan dalam mengambil keputusan yang etis muncul ketika wirausahawan harus memutuskan melakukan tindakan yang tidak merugikan atau yang merugikan perusahaan untuk kepentingan pribadi. (Ogbari, Oke, Ibukunoluwa, Ajagbe dan Ologbo, 2016).

## **Etika**

Keputusan yang diambil seseorang berdasarkan dari berbagai macam pilihan yang tersedia. Keputusan tersebut memiliki dampak positif maupun negatif di dalam perilaku manusia dalam kehidupan bermasyarakat. Ketika manusia berperilaku baik maka mereka akan merasakan dampak positif. Begitu pula sebaliknya, ketika manusia berperilaku buruk maka mereka akan merasakan dampak negatif dalam kehidupan mereka. Oleh sebab itu, agar tercipta kondisi



Gambar 9.1 Proses Penentuan Perilaku Etis

Sumber: (Ebert & Griffin, 2019)

Etika bisnis terbagi atas dua cabang utama dimana dijabarkan sebagai berikut (Carroll, Brown dan Buchholtz, 2018):

### 1. Etika Deskriptif

Berkaitan dengan menggambarkan, mengkarakterisasi, dan mempelajari moralitas orang, organisasi, budaya maupun masyarakat. Di dalam konsep bisnis, fokus dari etika deskriptif adalah mempelajari apa yang terjadi dalam perilaku, tindakan, keputusan, kebijakan dan praktek dari perusahaan bisnis, manajer atau industri secara spesifik.

**Tabel 9.1 : Alasan Utama Munculnya Masalah Etika dalam Bisnis**

Alasan	Sifat Masalah Etika	Pendekatan Tipikal	Perilaku
Keuntungan dan Kepentingan Pribadi	Kepentingan pribadi versus kepentingan orang lain	Mental egois ( <i>egoistical mentality</i> )	"Saya menginginkannya!"
Tekanan Kompetitif pada Laba	Kepentingan Perusahaan versus kepentingan orang lain	Mentalitas garis bawah ( <i>bottom-line mentality</i> )	"Kita harus mengalahkan yang lain dengan segala cara!"
Konflik Kepentingan	Kewajiban atau loyalitas	Mentalitas pilih kasih ( <i>favoritism mentality</i> )	"Bantu diri sendiri dan orang lain yang dekat denganmu!"
Kontradiksi Lintas Budaya	Kepentingan perusahaan versus budaya, tradisi dan nilai yang beragam	Mentalitas etnosentris ( <i>ethnocentric mentality</i> )	"Orang asing memiliki gagasan yang lucu tentang apa yang benar dan salah"

Sumber: (Lawrence, et al., 2023)

### Daftar Pustaka

- Adda, G., Azigwe, J. B., & Awuni, A. R. (2016). Business Ethics and Corporate Social Responsibility for Business Success and Growth. *European Journal of Business and Innovation Research Vol. 4 No. 6*, 26-42.
- Becker, C. U. (2019). *Business Ethics Methods and Application*. New York: Routledge.
- Buchholz, R. A., & Rosenthal, S. B. (2005). The Spirit of Entrepreneurship and the Qualities of Moral Decision Making: Toward A Unifying Framework. *Journal of Business Ethics Vol 60 No 3*, 307-315.
- Bulog, I., & Grancic, I. (2017). The Benefits of Business Ethics - Ethical Behavior of Decision Makers: the Empirical Findings from

- Croatia. *Mediterranean Journal of Social Sciences Vol. 8 No. 4*, 9-14.
- Carroll, A. B., Brown, J. A., & Buchholtz, A. K. (2018). *Business & Society Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management 10th Edition*. Boston: Cengage Learning.
- Chau, L. L.-f., & Siu, W.-s. (2000). Ethical Decision-Making in Corporate Entrepreneurial Organizations. *Journal of Business Ethics* 23, 365-375.
- Crane, A., & Matten, D. (2016). *Business Ethics Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization*. Oxford: Oxford University Press.
- Dunham, L., Mcvea, J. F., & Freeman, R. E. (2008). Entrepreneurial Wisdom: Incorporating The Ethical and Strategic Dimensions of Entrepreneurial Decision-Making. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business Vol. 6 No. 1*, 8-19.
- Ebert, R. J., & Griffin, R. W. (2019). *Business Essentials 12th Edition*. New York: Pearson.
- Harris, J. D., Sapienza, H. J., & Bowie, N. E. (2009). Ethics and Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing* 24, 407-418.
- Lawrence, A. T., Weber, J., Hill, V. D., & Wasieleski, D. M. (2023). *Business and Society Stakeholders, Ethics, Public Policy*. New York: McGraw Hill.
- Nickels, W. G., McHugh, J. M., & McHugh, S. M. (2017). *Understanding Business: The Core*. New York: McGraw Hill.
- Ogbari, M. E., Oke, A. O., Ibukunoluwa, A. A., Ajagbe, M. A., & Ologbo, A. C. (2016). Entrepreneurship and Business Ethics: Implications on Corporate Performance. *International Journal of Economics and Financial Issues Vol 6 Special Issue 3*, 50-58.
- Suwatno, H. (2021). *Manajemen Kewirausahaan Panduan Menghadapi Disrupsi Bisnis*. Jakarta: Prenadamedia.
- Wijaya, N. H., Fajar, S. A., Tjandra, C., & Hendro, T. (2019). *Etika Bisnis Panduan Bisnis Berwawasan Lingkungan bagi Profesional Indonesia*. Yogyakarta: ANDI.

## PROFIL PENULIS



**Lisa Jolanda Catherine Polimpung, S.E., M.M.**

Penulis merupakan lulusan dari SMA Katolik Rajawali Makassar Jurusan IPA namun minat penulis terhadap ilmu manajemen membuat penulis mengambil Program S1 Jurusan Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi pada Universitas Atma Jaya Makassar pada tahun 2013. Pada tahun 2017, penulis menyelesaikan studi S1. Penulis kemudian melanjutkan studi S2 di Universitas Parahyangan Bandung Program Magister Manajemen dan menyelesaikannya pada tahun 2021.

Ketertarikan penulis terhadap ilmu pendidikan membuat penulis memilih karir menjadi seorang dosen. Saat ini penulis mengabdikan diri sepenuhnya sebagai dosen dan merupakan Dosen Tetap Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Makassar sejak tahun 2022. Untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis aktif dalam berbagai bidang penelitian, pengikutan *workshop* dan seminar untuk memperdalam wawasan dan memperluas jaringan dan yang terutama untuk meningkatkan kinerja sebagai dosen khususnya dalam bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Karya-karya penelitian ilmiah penulis telah dimuat di beberapa jurnal yang telah terindeks di dalam SINTA dan *Google Scholar*.

Email Penulis: [lisa\\_jolanda@lecturer.uajm.ac.id](mailto:lisa_jolanda@lecturer.uajm.ac.id)

# BAB 10 MANAJEMEN USAHA KECIL DAN MENENGAH

**Yozi Putri Sakinah, S.M., M.M.**  
Universitas Adzkia, Padang

## **Usaha Mikro Kecil Menengah**

Usaha mikro, kecil dan menengah serta koperasi di Indonesia merupakan bagian penting dari sistem perekonomian nasional, karena berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dengan memberikan kesempatan berusaha dan lowongan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat serta berperan dalam memperoleh devisa dan memperkuat struktur perdagangan nasional.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah salah satu faktor yang menggerakkan perekonomian di Indonesia dan sangat penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan industri negara. Gambaran UMKM di Indonesia adalah sebagai peran yang signifikan meskipun kecil, yang memberikan dukungan dan kestabilan perekonomian Indonesia (Sulastri, 2016)

### **1. Pengertian Usaha Kecil Menengah**

Menurut Suhardjono dalam Rafika (2010) mendefinisikan Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat dalam skala kecil, memenuhi kriteria kekayaan bersih atau penjualan setengah tahunan dan kepemilikan sebagaimana ditentukan oleh undang-undang (Wijiastuti, 2022)

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 menjelaskan bahwa usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif mandiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau afiliasi dari korporasi yang dimiliki, dikuasai, atau dimiliki sebagian atau tidak langsung oleh

## Daftar Pustaka

- Hasanah, Nuramalia, Dr. Saparuddin, I. M. (2020). *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Niswah, U. (2019). *IMPLEMENTASI FUNGSI ACTUATING DALAM PEMBINAAN SANTRI DI PONDOK PESANTREN*. 9(April), 115–132.
- Safrudin. (2017). *Pengorganisasian Dalam Manajemen*. 5(2), 1–14.
- Sanjaya, Putu Krisna Adwitya dan Nuratama, I. P. (2021). *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah*. CV. CAHAYA BINTANG CEMERLANG.
- Sari, N. (2016). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah(UMKM) Gula Aren di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Penyuluhan*,. <https://doi.org/10.25015/penyuluhan.v12i1.11320>
- Sari, R. T. (2020). Analisis Lingkungan Manajemen Dalam Pengembangan Bisnis. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry*, 3(3), 117–122.
- Subiyantoro, A. (2021). Perencanaan dan Pengendalian Usaha bagi Pelaku UMKM Di Giriwungu Panggang Gunung Kidul. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat PAKEM*, 1(September), 101–111.
- Sulastri, L. (2016). *MANAJEMEN USAHA KECIL MENENGAH*. Creative Team LaGood's Publishing.
- Wijiastuti, D. (2022). *Manajemen Usaha Kecil Menengah*. Widina Bhakti Persada Bandung.

## **PROFIL PENULIS**



### **Yozi Putri Sakinah, S.M., M.M.**

Penulis merupakan lulusan Magister Manajemen konsentrasi Manajemen Pemasaran dari Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang pada tahun 2021. Gelar strata satu penulis peroleh dari kampus yang sama dengan program studi Manajemen tahun 2019. Saat ini, penulis bekerja sebagai Dosen Tetap Universitas Adzkia, Padang Program Studi Kewirausahaan. Selain itu, penulis juga aktif sebagai Tutor Tutorial Online di Universitas Terbuka. Penulis memiliki kepakaran pada bidang manajemen pemasaran dan kewirausahaan, penulis pun aktif menulis buku fiksi dan tergabung dalam “Forum Lingkar Pena”, dan melaksanakan penelitian dan pengabdian terhadap masyarakat dengan harapan dapat bermanfaat bagi masyarakat luas. Saat ini penulis juga aktif di berbagai organisasi daerah.

Email Penulis: [yoziputrisakinah@gmail.com](mailto:yoziputrisakinah@gmail.com) / [yoziips@yahoo.com](mailto:yoziips@yahoo.com)

# BAB 11 ANALISIS KELAYAKAN DAN MENYUSUN RENCANA BISNIS

Ferdinandus Sampe, S.E., M.Bus., Ph.D  
Universitas Atma Jaya Makassar

## **Analisis Kelayakan Bisnis**

Konsep studi kelayakan melibatkan analisis dan evaluasi yang bersifat komprehensif terhadap investasi masa depan yang dilakukan pada rentang waktu tertentu, dengan mempertimbangkan faktor risiko dan ketidakpastian (Barrow, Barrow & Brown, 2020). Risiko dan ketidakpastian merupakan dua yang dihadapi setiap aktivitas bisnis (Biech, 2019). Peran analisis kelayakan bisnis adalah memperkirakan kemungkinan keberhasilan atau kegagalan suatu proyek bisnis sebelum suatu proyek bisnis dilakukan atau sebelum suatu usaha dimulai.

Analisis kelayakan merupakan keseluruhan tindakan yang dilakukan untuk menentukan apakah suatu ide, pemikiran, atau rencana bisnis kemungkinan akan berhasil (Edholm, 2023). Analisis kelayakan bisnis memiliki peranan yang sangat penting baik dalam memulai usaha baru atau mengembangkan suatu proyek bisnis (Finch, 2019). Analisis kelayakan menjadi alat yang dapat memberikan penjelasan menyeluruh tentang manfaat ekonomi dan keuangan dari keputusan untuk membiayai proyek investasi (Benson, 2022). Hal ini dilakukan dengan menganalisis faktor kelayakan teknis, ekonomis, legal, operasional dan waktu pencapaian kinerja (Hoogendoorn, Van der Zwan & Thurik, 2019). Dengan studi kelayakan, manajemen dapat mengidentifikasi semua informasi yang

### Indikator Rencana Bisnis yang Baik

Banyak ahli memberikan indikator yang baik (Benson, 2022). Namun secara umum, ada lima indikator rencana yang baik dan disingkat dengan SMART (Biech, 2019). SMART merupakan singkatan dari :

- S:** *Specific*, Agar tujuan menjadi efektif, itu harus spesifik. Tujuan spesifik menjawab pertanyaan seperti apa yang perlu dicapai; siapa yang bertanggung jawab untuk itu, dan langkah apa yang perlu diambil untuk mencapainya.
- M:** *Measurable*, Terukur bahwa tujuan yang hendak dicapai dapat dihitung dengan indikator yang jelas untuk melacak kemajuan dan mengetahui kapan selesai.
- A:** *Achievable*, Dapat dicapai yang berarti bahwa sasaran harus realistis - bukan tumpuan yang membuat Anda jatuh.
- R:** *Relevant*, Produk yang disediakan perusahaan relevan pada kebutuhan yang menjadi pasar sasaran, kami pada akhirnya akan meningkatkan profitabilitas.
- T:** *Time-Bound Goals*, Untuk mengukur kesuksesan dengan benar, perusahaan harus menetapkan waktu kapan tujuan telah tercapai.

### Daftar Pustaka

- Atrill, P. dan McLaney, E. (2021) *Financial Accounting for Decision Makers*. Pearson, New York, USA
- Barrow, Colin; Barrow, Paul; Brown, Robert (2020) *The Business Plan Workbook A Step-By-Step Guide to Creating and Developing a Successful Business*. Kogan Page Limited, London, UK
- Benson, Jaeden (2022). *The Planning Marketing For Beginners: The Complete Guide To Building A Successful Marketing Plan & Strategies For Your Business - Tips To Find Right Target Audience & Build A Strong Brand*. Pearson, New York, USA
- Biech, E. (2019), *New Consultant's Start Guide*, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey: USA

- Brigham, E.F. & Ehrhardt, M.C. (2020) *Financial Management: Theory and Practice*, 16th Edition, Cengage, Boston: USA
- Edholm, L. (2023) *Starting a Business: The Ultimate Guide to Planning, Launching, and Boosting the Success of Your Enterprise (Starting, Running and Growing a Successful Business)*. Independent, USA: New York
- Finch, Brian (2019) *How to Write a Business Plan*, Kogan Page, London: UK
- Ghosh, P.P. (2021) *Principles and Practices of Management*, USA: University Science Press.
- Griffin, R. (2022) *Fundamentals of Management (MindTap Course List)*, USA: Cengage Learning
- Morrison, R. (2022) *Organizational Planning and Analysis: Building the Capability to Secure Business Performance*, Kogan Page, London, UK
- Robbins S.P., Decenzo D.A., Coulter M. (2019) *Fundamentals of Management: Essential Concepts and Applications*. USA: Pearson
- Septiana, Y., Sofiah, E., Mulyani, A., & Setiawan, R. (2021). Design of decision support system for business feasibility study using SMART method. IOP Conference Series. *Materials Science and Engineering*, 1098(3) doi:10.1088/1757-899X/1098/3/032069
- Weetman, P. (2019) *Financial accounting – an introduction*, 8th Edition. Pearson, New York: USA

## **PROFIL PENULIS**



### **Ferdinandus Sampe, S.E., M.Bus., Ph.D**

Penulis adalah Dosen Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Atma Jaya Makassar. Pendidikan formal S1, pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin; S2 pada Graduate College of Business, Southern Cross University, Australia dengan beasiswa Australian Development Scholarship; S3 pada School of Commerce and Management, juga Southern Cross University dengan beasiswa Luar Negeri DIKTI dan tahun ke-4 mendapatkan International Postgraduate Research Scholarship dari pemerintah Australia. Penulis juga telah menerbitkan sejumlah jurnal internasional dan book chapter. Dalam lingkungan kampus Universitas Atma Jaya Makassar, Penulis pernah menjabat sebagai Kepala Pusat Bahasa Universitas Atma Jaya Makassar, Wakil Dekan Fakultas Ekonomi, Ketua Jurusan Manajemen, Dekan Fakultas Ekonomi dan Rektor Universitas Atma Jaya Makassar masa bakti 2017-2021. Di luar lingkungan kampus, penulis juga pernah menjadi anggota Tim Ahli Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sulawesi Selatan, Anggota Tim Peneliti Sistem drainase Kota Makassar dan pernah memenangkan penelitian fundamental dan terapan dari Ristek Dikti/Kemendikbud.

Email Penulis: [ferdisampe1404@gmail.com](mailto:ferdisampe1404@gmail.com)

# BAB 12 MANAJEMEN DAN ORGANISASI BISNIS

Riana Anggraeny Ridwan, S.E., M. Si.  
Universitas Sulawesi Barat

## Definisi Manajemen

Menurut Daft (2003;4) pengertian manajemen adalah “*the attainment of organizational of organizational goals in an effective and efficient manner through planning, organizing, leading, and controlling organizational resources*” artinya manajemen adalah tercapainya tujuan dengan cara yang efisien dan efektif yang bermula dari proses perencanaan yang baik, pengorganisasian, aksi, dan pengawasan yang terstruktur. Secara garis besar, manajemen didefinisikan sebagai pemanfaatan sumber daya demi mencapai keberhasilan kinerja dari strategi awal yang telah ditentukan sebelumnya dengan tingkat akurasi yang tinggi dalam berbagai macam kegiatan organisasi baik itu berskala orientasi profit maupun *non profit*.

Manajemen adalah sebuah alur yang mengatur sesuatu yang akan dilaksanakan oleh orang-orang yang terlibat dalam suatu organisasi ataupun perkumpulan demi mencapai tujuan organisasi secara simultan dan bekerja sama memanfaatkan sumber daya yang ada. Secara etimologi, kata manajemen berasal dari bahasa prancis kuno, yaitu “*management*” yang berarti seni dalam mengatur dan melaksanakan (Gesi & Lamaya:2019). Manajemen dapat juga didefinisikan sebagai upaya dalam perencanaan, pengkoordinasian, pengorganisasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai tujuan ataupun gagasan secara efektif. Efektif yang dimaksud adalah untuk mencapai tujuan sesuai perencanaan dan efisiensi untuk melaksanakan pekerjaan dengan benar dan terorganisir.

### 5. *Skill* (Keahlian)

Semua elemen yang tergabung dalam kelompok atau organisasi diharapkan memiliki kompetensi yang diharapkan memberikan sumbangsih untuk kemajuan organisasi. Demi peningkatan kompetensi sumber daya manusia yang dimiliki organisasi diperlukan arahan teknis maupun non teknis, pelatihan yang dilakukan secara berkala, dan motivasi untuk peningkatan kualitas.

### 6. *Style*

Iklim kerja antara organisasi satu dengan yang lain pasti memiliki perbedaan contohnya segi komunikasi, kepemimpinan (*leadership*), serta pengambilan keputusan. Gaya yang diterapkan umumnya tergantung dari keadaan sebuah organisasi, kultur sosial dan sumber daya pun juga menjadi salah satu unsur penentu dalam gaya yang diterapkan oleh sebuah organisasi.

## Daftar Pustaka

Daft, Richard L. *Manajemen*, Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga, 2003.

Gesi, B., Laan, R., & Lamaya, F. (2019). Manajemen Dan Eksekutif. *Jurnal Manajemen*, 3(2), 51-66.

Glos, R. E., Steade, R. D., & Lowry, J. R. (1976). BUSINESS: ITS NATURE AND ENVIRONMENT AN INTRODUCTION (No. HF5351. G56 1976.).

Robbins, S. P., & Judge, T. (2009). *Organizational behavior*. Pearson South Africa.

## PROFIL PENULIS



### **Riana Anggraeny Ridwan, S.E., M.Si.**

Penulis pertama kali tertarik pada ilmu Ekonomi dimulai pada tahun 2012. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk memilih jurusan Akuntansi, sekalipun semasa SMA, Penulis berada di jurusan IPA, dan berhasil lulus dengan predikat sangat memuaskan pada tahun 2012. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi dan berhasil menyelesaikan studi S1 di prodi Akuntansi Universitas Hasanuddin pada tahun 2016. Setahun berselang, penulis melanjutkan studi S2 di prodi Akuntansi Program Pasca Sarjana Universitas Hasanuddin.

Konsentrasi ilmu Penulis adalah dibidang Akuntansi dan Auditing. Untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, dan juga memenuhi kewajiban Tridharma Perguruan Tinggi, penulis aktif sebagai peneliti di bidang konsentrasi ilmu Akuntansi dan Auditing. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh Kemenristek DIKTI dan juga didanai oleh internal perguruan tinggi. Selain sebagai peneliti, penulis juga menulis beberapa buku dengan harapan agar dapat berkontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Ekonomi. Selain sebagai dosen, peneliti, peneliti juga adalah seorang praktisi yakni akuntan dan auditor, ilmu-ilmu yang diperoleh di lapangan nantinya akan disalurkan kepada para mahasiswa.

Email Penulis: [riana@unsulbar.ac.id](mailto:riana@unsulbar.ac.id)

# BAB 13 MENGELOLA SUMBER DAYA MANUSIA

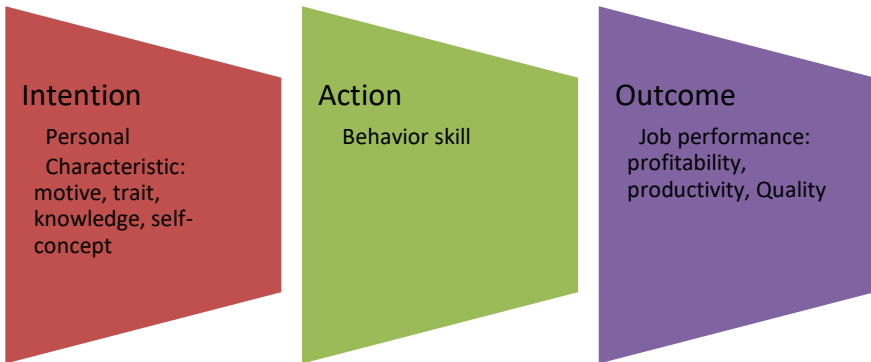
Lulu Ulfa Sholihannisa, S.Pd., M.Pd., M.M., CITPM  
Politeknik LP3I

## Pendahuluan

Wirausaha pada era *Society 5.0* yang dikenal dengan era *Super Smart Society*, erat kaitannya dengan kemajuan teknologi. Pada era *Society 5.0* ini manusia dihadapkan pada dua hal utama, yaitu beradaptasi dengan teknologi dan mempunyai kompetensi dalam bidang teknologi baik sebagai *user* maupun sebagai *user* maupun *admin* atau *creator*.

Berbagai sekolah kewirausahaan menjadi fenomena baru yang muncul dengan perkembangan tersebut. Berbagai pelatihan dan pendidikan kewirausahaan akhir-akhir ini dapat ditemui dan diikuti baik secara luring (dalam jaringan / *offline*) maupun secara daring (luar jaringan / *online*).

Umumnya, sebelum adanya Pendidikan dan pelatihan kewirausahaan, orang-orang beranggapan bahwa wirausaha merupakan bakat dan juga *gen* atau turunan dari orang tua maupun keluarga. Memang dalam realitanya, terdapat hal yang demikian, yaitu beberapa orang dapat mewarisi jiwa wirausaha dari keluarganya, namun hal tersebut perlu dilakukan penelitian untuk membuktikan persentase keberhasilan wirausaha berdasarkan *genetic*. Tidak menutup kemungkinan juga apabila sebagian orang berpendapat, bahwa keberhasilan seseorang yang sukses dalam membangun wirausaha adalah berdasarkan genetik namun dengan catatan tertentu. Yaitu, tidak seseorang yang mampu melakukan wirausaha tentu tidak melakukan dengan tangan dan ide yang kosong begitu saja, pasti ia mempunyai figur yang menjadikannya termotivasi untuk



**Gambar 13.1: Alur Hubungan Kompetensi dengan Kinerja SDM Model Spencer dan Spencer**

Sumber: (Nyoto, 2019, p. 8)

### **Sumber Daya Manusia Unggul di Era *Society* 5.0**

Konsep industri era 4.0 lebih menitikberatkan pada dunia efektifitas produksi. Pemanfaat IoT atau yang dikenal dengan *Internet of Things* yang memungkinkan sesuatu yang hanya dalam alam visual menjadi nyata, adanya interkoneksi antar mesin, *big data* yang mengarah pada mesin yang juga selalu menjadi perdebatan sampai saat ini, perkembangan *smart factory*, *artificial intelligence* yang semakin berkembang seperti penggunaan robot-robot pengantar makanan di beberapa restoran ternama baik dalam negeri maupun negara-negara maju seperti Jepang, Amerika dan lain-lain.

Walaupun di negara kita belum semua dapat merasakan kehebatan era 4.0, namun negara ini sudah berbenah untuk menyongsong era 5.0 dengan *smart Society*-nya. Sebagian orang menganggap bahwa apakah di era 5.0 kemampuan manusia akan benar-benar digantikan oleh robot-robot yang semakin merebak?



**Gambar 13.2: Road Map Society 5.0**

Sumber: Keidanren Japan Police Forum

Berdasarkan *road map* yang dikembangkan oleh Keidanren (Michiharu, 2019, p. 6) bahwa untuk mencapai SDGs yaitu perubahan melalui inovasi penciptaan masa depan global melalui masyarakat 5.0, menghubungkan lintas sektor dan menumbuhkan Sumber Daya Manusia untuk STI SDGs.

Berkaca dari negara Jepang, era *Society 5.0* mempunyai visi untuk menggunakan STI (*Straits Time Index*) untuk mewujudkan masyarakat yang berpusat pada manusia dan berkelanjutan dan sejalan dengan SDGs, dimana tidak ada lagi masyarakat yang tertinggal dan dapat mewariskan masa depan yang cerah terhadap anak cucu bangsa. Begitu pun sebagai anggota masyarakat Negara Indonesia, harus siap menjadi Sumber Daya Manusia yang unggul di era 5.0 dan siap menghadapi perubahan.

### 1. Menguasai TIK (*Mastering ICT*)

Penguasaan teknologi, informasi, dan komunikasi adalah syarat mutlak yang wajib dimiliki oleh seorang, khususnya wirausahawan ataupun karyawan. Kemampuan komunikasi juga sangat mempengaruhi terhadap sumber daya. Komunikasi efektif merupakan komunikasi berbagai arah yang dapat menciptakan

## Daftar Pustaka

- Ainanur, & Tirtayasa, S. (2018, September). Pengaruh Budaya Organisasi, Kompetensi dan Motivasi. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1, 1-14. doi:10.30596
- Cernusca, L., & Dima, C. (2007). Competency And Human Resource Management. *Revista da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais*, 2. Retrieved from <https://bdigital.ufp.pt/handle/10284/357>
- Chaerudin, A., Rani, I. H., & Alicia, V. (2020). *Sumber Daya Manusia: Pilar Utama Kegiatan Operasional Organisasi*. Sukabumi: CV. Jejak.
- Irma yani, N. D. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Liskova, S., & Tomsik, P. (2013). Competency-Based Approach to Human Resources. *Agricultural Economic*, 59, 496 - 504. doi:10.17221
- Lubis, A. S. (2021). *Kompetensi Sumber Daya Manusia 5.0 Berbasis Spiritualitas*. Medan: UMSU PRESS.
- Majir, A. (2021). *Pendidikan Kewirausahaan Teori dan Praktik (Melahirkan Entrepreneurship Handal Di Era Industry 4.0 & Society 5.0)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Michiharu, N. (2019, Aug 21). *Discuss Japan*. Retrieved from Japan's Science and Technology Strategy for the SDGs : <https://www.japanpolicyforum.jp/diplomacy/pt201908210756319679.html>
- Nyoto. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Priatna, D. K. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia Era 5.0*. Yogyakarta: Deepublish.

## Mengelola Sumber Daya Manusia

Simanjuntak, M., Chandra, E., Sahir, S. H., Sitorus, S. A., Sugiarto, M., & dkk. (2021). *Kewirausahaan Konsep & Strategi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Wakhdiati, Y. N., Sugiarto, M., Setianto, N. A., & Widiyanti, R. (2022). *Kewirausahaan (Orientasi, Perilaku, dan Administrasi)*. Banyumas: ZT Corpora.

## PROFIL PENULIS



### **Lulu Ulfa Sholihannisa, S.Pd., M.Pd., M.M., CITPM**

Menulis merupakan salah satu hobi penulis yang muncul semenjak penulis duduk dibangku SMP. Profesi penulis sebagai Dosen, menuntut penulis untuk aktif dalam penulisan artikel karya ilmiah. Latar belakang penulis berasal dari jenjang S1 Jurusan Pendidikan Bahasa Arab di UPI Bandung pada Tahun 2005 melalui jalur PMDK dan lulus pada tahun 2009. Tahun 2014 penulis melanjutkan Pendidikan S2 di UNINUS Bandung dengan mengambil Jurusan Administrasi Pendidikan dan lulus pada tahun 2017. Selain latar belakang Pendidikan, penulis mempunyai ketertarikan pada bidang Manajemen khususnya mengenai Manajemen Sumber Daya Manusia. Maka, Penulis mengambil jenjang pendidikan S2 yang sama yaitu pada jurusan Manajemen dengan Konsentrasi MSDM pada tahun 2018, dan lulus pada tahun 2020.

Penulis aktif mengajar sebagai dosen tetap di Politeknik LP3I. Sebagai salah satu tugas Tridharma penulis selain mengajar, penulis melakukan penelitian dan pengabdian. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga 2 penelitian didanai oleh Kemenristek DIKTI pada tahun 2019 dan 2020. Penulis juga aktif sebagai Asesor GTK (PPG dan PGP) pada DITJEN GTK semenjak 2022. Menjelang penghujung 2022, penulis memperoleh Sertifikasi Profesi dalam bidang IT Projek Manajer BNSP yang diselenggarakan oleh Direktorat Kelembagaan dan Sumber Daya Pendidikan Tinggi Vokasi. *Book chapter* ini merupakan buku ke-3 penulis, dengan 2 *book chapter* sebelumnya yang sudah terbit berjudul Perencanaan Pendidikan yang terbit pada Desember 2022, dan Manajemen Pendidikan Islam yang terbit pada Januari 2023. Besar harapan penulis pada setiap tulisan baik berupa artikel maupun buku, dapat memberikan manfaat untuk setiap pembaca.

Email Penulis: [luluulfasholihannisa@plb.ac.id](mailto:luluulfasholihannisa@plb.ac.id)

# BAB 14 MEMBUKA USAHA BARU DAN WARALABA

**Pudhak Prasetyorini, S.E., M.Si.**  
Universitas PGRI Argopuro Jember

## **Peran Wirausaha dalam Perekonomian**

Peran kewirausahaan dalam membangun perekonomian dalam suatu negara tentu sudah terbukti membawa pengaruh besar. Banyak kajian keilmuan yang membahas hal tersebut. Menurut Yusof, Permula dan Pangil dalam Frinces (2010) ada empat alasan mengapa keberadaan seorang pengusaha mempunyai peran penting dalam kehidupan masyarakat, yaitu; (1) dapat memanfaatkan berbagai faktor produksi seperti modal, tanah, teknologi, informasi dan sumber daya manusia (SDM), untuk bisa berproduksi secara efektif. (2) peka dalam melihat adanya peluang usaha didalam lingkungan dengan membuat aktivitas yang dapat memberikan manfaat kepada orang lain. (3) dapat menentukan pendekatan mana yang terbaik dalam memaksimalkan penggunaan faktor produksi agar tidak terjadi pemborosan dalam kegiatan wirausaha. (4) agar dapat dimanfaatkan oleh generasi yang akan datang.

Negara kita sedang berbenah dan terus berusaha untuk mengejar ketertinggalan dan menjawab tantangan perekonomian secara global. Pemerintah Indonesia menargetkan adanya pertumbuhan ratio kewirausahaan sebesar 3,95 % pada tahun 2024. Berdasarkan data dari sensus ekonomi Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2019 jumlah total rasio wirausaha telah mencapai 3,3 % atau sama dengan 8,2 juta. Dalam arti untuk mencapai target 3,95 % di 2024, setidaknya perlu 1,5 juta penduduk dengan usaha yang sudah menetap hingga tahun 2024. Maka dalam kurun waktu 3 tahun, pemerintah menargetkan lahirnya wirausahawan baru sebanyak 500 ribu jiwa

## Membuka Usaha Baru dan Waralaba

dan juga konten kreator, yang menjadi satu paket dan tidak dapat dipisahkan yang tergabung untuk menciptakan suatu ekosistem digital. Dengan didukung teknologi juga tersedianya *smartphone* membuat masyarakat menjadi lebih kreatif dan semakin inovatif dalam membuat konten. *E-commerce* semakin kaya pertumbuhan kontennya, dan semakin maju. Pada era digital pekerjaan menjadi *copywriting* dan *content writing* merupakan pekerjaan yang menjadi dambaan generasi milenial dan menjadi pekerjaan yang menjanjikan. Pekerjaan dengan sistem waktu yang lebih fleksibel dan tidak terikat diharapkan dapat mendorong kreativitas dan pengaturan waktu agar menjadi lebih efisien. Bidang pekerjaan lain yang juga sangat diperlukan oleh waralaba di era digital ini adalah pengembangan aplikasi (*application developin*) dan strategi media sosial (*social media strategy*). Perusahaan memerlukan para pakar media sosial yang dapat bekerja membantu perusahaan agar mendapatkan rating tinggi yang dapat mempengaruhi marketing dan promosi untuk produk mereka. Sedangkan para *app developer* bertugas untuk membangun sistem aplikasi yang dapat mempererat kedekatan antara konsumen dengan produsen. Perusahaan *platform* selalu berusaha menjaga konektivitas dan kedekatan agar dapat mengetahui berbagai kebutuhan konsumen dan produsen (Subawa, N.S. & Widhiasthini N. W.2019).

Pada akhirnya setelah pemaparan diatas, bahwa kecanggihan teknologi saat ini sangat mendukung tumbuhnya waralaba di era *society 5.0*, menjadi tantangan untuk para pengusaha muda untuk berlomba-lomba mengikuti perkembangan jaman dan mampu fleksibel untuk mengikuti trend yang sesuai dengan permintaan pasar. Selain melek teknologi dan mampu mengikuti perkembangan, para pengusaha waralaba juga dituntut untuk mampu lebih kreatif dalam memanfaatkan fasilitas yang ada saat ini. Mampu menjaga kepercayaan dan mampu bekerjasama dengan baik untuk mengembangkan bisnis waralabanya, dimana nantinya diharapkan bisnis nya dapat tumbuh dan mampu menyerap tenaga kerja, dan ikut memajukan perekonomian Indonesia.

## Daftar Pustaka

- Antara. (2022). *Kemendag: Sudah saatnya waralaba Indonesia ekspansi ke luar negeri*.  
<https://elshinta.com/news/275718/2022/08/05/kemendag-sudah-saatnya-waralaba-indonesia-ekspansi-ke-luar-negeri>
- Cabinet Office Japan Government. (2019). *Society 5.0*. Diakses dari:  
[https://www8.cao.go.jp/cstp/english/society5\\_0/index.html](https://www8.cao.go.jp/cstp/english/society5_0/index.html),
- Frinces, Z. Heflin. (2010). *Pentingnya Profesi Wirausaha Di Indonesia*.  
Jurnal Ekonomi dan Pendidikan, Volume 7 No. 1.
- Fukuyama, Mayumi. (2018). *Society 5.0: Aiming for a New Human-Centered Society*. Japan Economy Foundation Journal - Japan SPOTLIGHT.  
[https://www.jef.or.jp/journal/pdf/220th\\_Special\\_Article\\_02.pdf](https://www.jef.or.jp/journal/pdf/220th_Special_Article_02.pdf)
- Griessmair, M., Hussain, D., & Windsperger, J. (2014). *Trust and the tendency towards multi-unit Franchising: A relational governance view*. Journal of Business Research.
- Hendarsyah, Decky. (2019). *E-COMMERCE DI ERA INDUSTRI 4.0 DAN SOCIETY 5.0*. IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita Desember, Vol.8, No.2: 171-184. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Syariah Bengkalis.
- Hess, David. (1995). *The Iowa Franchise Act: Toward Protecting Reasonable Expectations of Franchisees and Franchisors*. Vol. 80.
- Humas Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). *Kejar Target Rasio Kewirausahaan, KemenkopUKM Kick Off Program Patenpreneur 2022*.  
<https://kemenkopukm.go.id/read/kejar-target-rasio-kewirausahaan-kemenkopukm-kick-off-program-patenpreneur-2022>
- Hurriyati, Ratih. (2019). *STRATEGI DIFERENSIASI PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS DI ERA SOCIETY 5.0*. Universitas Negeri malang.
- Kementerian Perindustrian. (2018). *Making Indonesia 4.0: Strategi RI Masuki Revolusi Industri Ke-4*.  
<https://kemenperin.go.id/artikel/18967/Making-Indonesia-4.0:-Strategi-RIMasuki-Revolusi-Industri-Ke-4>

## Membuka Usaha Baru dan Waralaba

- Nugroho, R. H., & Kusumasari, I. R. (2022). *PERKEMBANGAN FRANCHISE DI INDONESIA*. Jurnal Bisnis Indonesia. Vol.13. No.2. <http://ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/jbi/article/view/3451>
- Rabbi, C. P. A. (2021). *Waralaba Lokal Mulai Kuasai Pasar Dalam Negeri dan Merambah Regional*. [Katadata.co.id](http://katadata.co.id).  
<https://katadata.co.id/maesaroh/berita/61af24db9e5e1/waralaba-lokal-mulai-kuasai-pasar-dalam-negeri-dan-merambah-regional>
- Salim, H. S. (2010). *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat Di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Sampoerna University. (2022). *Society 5.0 Rencana Transformasi Besar-besaran Masyarakat Jepang*.  
<https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/society-5-0/#:~:text=Society%205.0%20merupakan%20sebuah%20konsep,drastis%20bagi%20masyarakat%20dan%20industri>.
- Simatupang, R. B. (2007). *Aspek Hukum Dalam Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta, hal. 58-59.
- Subawa, N.S., & Widhiasthini, N. W. (2019). *WARALABA 4.0: ISU, TREN DAN EVOLUSI BISNIS WARALABA DI ERA DIGITAL*. NILACAKRA; Kategori: bisnis dan ekonomi. Badung, Bali: Penerbit Bali.
- Suharnoko. (2004). *Hukum Perjanjian : Teori dan Analisa Kasus*. Cet. 1, Jakarta; Kencana.
- Susilowati, Lantip. (2013). *Bisnis Kewirausahaan*. Yogyakarta: Teras. hal. 49-51.
- Syahmin, A. K. (2006). *Hukum Kontrak Internasional*. Jakarta: Raja Grafindo persada. hal.207-208.
- Timorria, I. F. (2022). Sempat Melambat, Alfamart (AMRT) Optimistis Target Ekspansi Gerai Tercapai. [Bisnis.com](http://bisnis.com).  
<https://market.bisnis.com/read/20220710/192/1553246/sempat-melambat-alfamart-amrt-optimistis-target-ekspansi-gerai-tercapai>.
- Waseso, Ratih. (2021). Ada 953 gerai waralaba tutup di awal pandemi, WALI: Kini 25% waralaba mulai pulih.  
<https://nasional.kontan.co.id/news/ada-953-gerai-waralaba-tutup-di-awal-pandemi-wali-kini-25-waralaba-mulai-pulih>
- Widjaja, Gunawan. (2001). *Seri Hukum Bisnis : Lisensi*. Jakarta; Rajawali Pers.

## PROFIL PENULIS



### **Pudhak Prasetyorini, S.E., M.Si.**

Ketertarikan penulis terhadap ilmu ekonomi dimulai pada tahun 2003 silam. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk masuk ke jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, di fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jember, dan berhasil lulus pada tahun 2007. Dua tahun kemudian, penulis melanjutkan studi S2 di prodi Ilmu

Ekonomi, Universitas Negeri Jember dan lulus pada tahun 2012.

Penulis memiliki hobi membaca. Penulis berkarir sebagai dosen profesional di salah satu kampus swasta di kota Jember. Penulis pun aktif sebagai peneliti di bidang ekonomi dan pendidikan. Selain peneliti, penulis juga aktif menulis buku yang sesuai keilmuan dan juga beberapa antologi populer, dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini.

Email Penulis: [pudhak.prasetyorini@gmail.com](mailto:pudhak.prasetyorini@gmail.com)

# **BAB 15 STRATEGI PEMASARAN DALAM KEWIRAUSAHAAN**

**Dr. Riema Afriani Kusumadewi, M.M.**  
STAI Darussalam Kunir Subang

## **Pendahuluan**

Pada bab lima belas ini akan menjelaskan bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan dalam kegiatan kewirausahaan. Seperti sudah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya bahwa banyak sekali definisi terkait dengan kewirausahaan. Hisrich (2008) dalam bukunya menjelaskan bahwa kewirausahaan merupakan proses penciptaan sesuatu yang baru melalui penggunaan waktu serta upaya yang dibutuhkan dengan modal dan risiko, dengan menerima imbalan serta kepuasan juga kebebasan pribadi. Dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa kewirausahaan ini melibatkan suatu proses penciptaan atau menciptakan suatu nilai yang baru, kewirausahaan memerlukan waktu dan usaha untuk menciptakan sesuatu yang baru, dan kewirausahaan akan memberikan penghargaan bagi pengusaha seperti kebebasan, kepuasan pribadi dan tentunya keuntungan secara material. Untuk mendapatkan keuntungan material dari penciptaan sesuatu yang baru ini tentunya pengusaha harus memasarkan produk atau jasanya kepada pelanggan. Dalam memasarkan produk atau jasanya ini seorang pengusaha harus membuat rencana pemasaran yang didalamnya meliputi strategi pemasaran.

## **Rencana Pemasaran**

Hisrich (2008) dalam bukunya menjelaskan bahwa rencana pemasaran merupakan pernyataan tertulis dari berbagai macam

pemenang dalam perolehan pasar. Strategi yang dipakai dalam usaha memenangkan pasar salah satunya adalah dengan menerapkan strategi STP (*Segmenting Targeting Positioning*). Kotler menjelaskan secara terperinci bahwa *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* merupakan bagian dari pemasaran strategis. *Segmenting, Targeting Positioning* atau lebih populer dengan strategi STP terdiri dari strategi pemasaran tiga tahap untuk menentukan siapa pelanggan kita, siapa target kelompok yang menjadi fokus sasaran dan secara cermat memilih antara strategi mana yang paling tepat dalam memposisikan suatu produk barang atau jasa yang akan dipasarkan melalui teknik yang memiliki *value* tertinggi. Berikut merupakan penjelasan singkat dari masing masing strategi STP tersebut diatas:

### 1. *Segmenting* / Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar menurut pernyataan Kotler (2022), adalah suatu kegiatan memilah-milah pasar menjadi irisan yang terdefinisi dengan baik. Kelompok segmen ini terdiri dari kelompok konsumen yang memiliki suatu kebutuhan sekaligus karakteristik profil yang memiliki kemiripan. Segmentasi ini akan terbagi berdasarkan demografi, geografi, perilaku, dan psikografi. Segmentasi berdasarkan demografi, merupakan segmentasi berdasarkan usia pelanggan, siklus kehidupan keluarga, jenis kelamin, tingkat penghasilan, suku dan budaya, agama, latar belakang pendidikan dan jenis pekerjaan, serta status sosial. Segmentasi berdasarkan geografi merupakan segmentasi berdasarkan unit-unit geografi yang berbeda, seperti membagi pasar berdasarkan negara, propinsi, kabupaten, kota, kecamatan, wilayah, daerah, area atau kawasan tertentu. Segmentasi berdasarkan perilaku akan mengkondisikan pemasar untuk mengelompokkan konsumen berdasarkan tindakan mereka. Terdapat beberapa variabel yang berkaitan dengan tindakan pelanggan sebagai pengguna suatu produk yaitu status pengguna, level penggunaan, tahap kesiapan pembeli, kesetiaan, dan juga kesempatan. Segmentasi yang terakhir adalah segmentasi berdasarkan psikografi yaitu pengelompokan berdasarkan ciri-ciri psikologis, gaya hidup, atau nilai-nilai yang dianut.

### 2. *Targeting* / Target Pasar

*Targeting* adalah suatu kegiatan dalam melakukan identifikasi kepada pelanggan secara lebih spesifik yang dilakukan secara optimal oleh perusahaan untuk menawarkan produk atau jasa mereka.

### 3. *Positioning*

*Positioning* menurut Kotler (2022) adalah merupakan kegiatan dalam merancang suatu citra perusahaan agar dapat menempati tempat yang berbeda di benak target pasar. Positioning juga memiliki arti bagaimana pemasar dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk atau layanan mereka serta bertujuan supaya perusahaan memiliki posisi baru yang belum pernah ada, memperkuat posisi perusahaan saat ini, dan menciptakan eksklusifitas.

## Daftar Pustaka

- Hisrich D, Robert. & Peters, M. & Shepherd, D. Entrepreneurship. 2008. New York: Mc Graw Hill
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran di Indonesia. 2001. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, Philip. & Keller, L. & Chernev, A. 2022. Marketing Management 16e. New Jersey : Pearson Education Limited.
- Lovelock, Christopher., Jochen, Wirtz., & Jacky, Mussry. (2010). Pemasaran Jasa – Perspektif Indonesia Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.

## **PROFIL PENULIS**



### **Dr. Riema Afriani Kusumadewi, M.M.**

Penulis merupakan seorang Dosen dan juga praktisi Bisnis. Ketertarikannya terhadap ilmu manajemen dimulai sejak di bangku kuliah dimana penulis merupakan lulusan program S2 Magister Manajemen di STMB Telkom (sekarang dikenal dengan Universitas Telkom) dan berhasil lulus pada Desember 2006. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan S3 nya pada tahun 2010 di Universitas Pendidikan Indonesia dengan program studi Administrasi Pendidikan dan lulus pada tahun 2014 dengan judul disertasi “Pendidikan *Entrepreneurship* di Perguruan Tinggi: studi kasus di Universitas Ciputra Surabaya”. Penulis berpengalaman mengajar sebagai dosen luar biasa di Universitas Telkom sejak tahun 2008 dengan mengampu berbagai matakuliah yaitu kewirausahaan, manajemen strategi, manajemen pemasaran, manajemen hubungan pelanggan, dan Interpersonal komunikasi bisnis. Selain mengajar di universitas Telkom penulis juga aktif sebagai dosen tetap di STAI Darussalam Kunir Subang Jawa Barat, serta aktif sebagai peneliti dan penulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa khususnya bagi para mahasiswa di tempatnya mengajar. Penulis juga berpengalaman dalam menjalankan beberapa bisnis seperti jasa salon, restoran serta studio senam. Saat ini penulis juga tercatat sebagai pengurus PROMAPI (Perkumpulan Profesi Manajer dan Administrator Pendidikan Indonesia) serta pengurus ISMAPI (Ikatan Sarjana Manajemen dan Administrasi Pendidikan Indonesia) Jawa Barat.

Email Penulis: [riema.afriani.k@gmail.com](mailto:riema.afriani.k@gmail.com)

# BAB 16 KEWIRAUSAHAAN DI ERA *SOCIETY* 5.0

Norbertus Citra Irawan, S.P., M.Sc.  
Universitas Tunas Pembangunan Surakarta

## Pendahuluan

Kewirausahaan di era masyarakat atau *society* 5.0 mencerminkan perubahan yang signifikan dalam cara orang berpikir tentang usaha (Achmad, 2021). Kewirausahaan yang menekankan pada penggunaan teknologi sebagai alat untuk meningkatkan peluang kesuksesan usaha (Hatthakijphong & Ting, 2019). Sektor pertanian, industri, dan jasa mulai menekankan penggunaan penyimpanan data, penggunaan perangkat lunak, dan aplikasi yang memudahkan pemodelan bisnis, serta komunikasi digital yang memungkinkan para pengusaha berinteraksi dengan konsumen mereka dengan cara yang lebih efisien (Le et al., 2019). Kewirausahaan yang menekankan pada inovasi, serta pengembangan model bisnis berbasis teknologi untuk menghasilkan produk dan layanan baru (Salamzadeh et al., 2022). Mulai berfokus pada kolaborasi atau kerja sama untuk mencapai tujuan bersama (Tagarev & Yanakiev, 2020). Di sisi lain, juga menekankan pada tanggung jawab sosial dan lingkungan, di mana pengusaha mulai menggunakan teknologi untuk menciptakan inovasi produk dan layanan yang ramah lingkungan (Dewi, 2021).

Kewirausahaan di era *society* 5.0 memiliki arti penting, yang pertama menawarkan peluang menciptakan solusi inovatif untuk meningkatkan produktivitas dan menciptakan lapangan kerja baru. Kedua, memungkinkan orang untuk mengembangkan kemampuan dan meningkatkan kapabilitas sumber daya manusia. Ketiga, berperan penting dalam membantu mengurangi ketimpangan ekonomi di antara berbagai kelompok sosial dan mempromosikan keadilan sosial.

## Daftar Pustaka

- Achmad, W. (2021). Citizen and Netizen Society: The Meaning of Social Change From a Technology Point of View. *Jurnal Mantik*, 5(3), 1564–1570.
- Alkire, L., Mooney, C., Gur, F. A., Kabadayi, S., Renko, M., & Vink, J. (2020). Transformative service research, service design, and social entrepreneurship: An interdisciplinary framework advancing wellbeing and social impact. *Journal of Service Management*.
- Bansal, S., Garg, I., & Sharma, G. D. (2019). Social entrepreneurship as a path for social change and driver of sustainable development: A systematic review and research agenda. *Sustainability*, 11(4), 1091.
- Barrett, B. F. D., DeWit, A., & Yarime, M. (2021). Japanese smart cities and communities: Integrating technological and institutional innovation for Society 5.0. In *Smart Cities for Technological and Social Innovation* (pp. 73–94). Elsevier.
- Bizhanova, K., Mamyrbekov, A., Umarov, I., Orazymbetova, A., & Khairullaeva, A. (2019). Impact of digital marketing development on entrepreneurship. *E3S Web of Conferences*, 135, 4023.
- Carayannis, E. G., Dezi, L., Gregori, G., & Calo, E. (2022). Smart environments and techno-centric and human-centric innovations for Industry and Society 5.0: A quintuple helix innovation system view towards smart, sustainable, and inclusive solutions. *Journal of the Knowledge Economy*, 13(2), 926–955.
- Carrigan, M., Magrizos, S., Lazell, J., & Kostopoulos, I. (2020). Fostering sustainability through technology-mediated interactions: Conviviality and reciprocity in the sharing economy. *Information Technology & People*.
- Chandra, M. P. (2022). Strengthening Small And Medium Enterprises (SMEs) Through Sociopreneurship-Based Communities In

Technology Sustainability. *Jurnal Digital Bisnis, Modal Manusia, Marketing, Entrepreneurship, Finance, \& Strategi Bisnis (Dimensi)*, 2(1), 1–7.

Corcoran, N., & Duane, A. (2019). Organizational knowledge sharing and enterprise social networks: A higher education context. In *Educational and social dimensions of digital transformation in organizations* (pp. 78–114). IGI Global.

Dash, A. K., & Kumar, V. (2021). The Limits and Leverages of Ecological Entrepreneurship. *Agathos*, 12(2), 211–224. [https://www.proquest.com/scholarly-journals/limits-leverages-ecological-entrepreneurship/docview/2601609718/se-2%0Ahttps://media.proquest.com/media/hms/PFT/1/o0AaL?\\_a=ChgyMDIyMDYxNzE1MjQ0NjkwMT03MDk00DcSBTc40DY0GgpPTkVfU0VBuKNIgWzNi42OS4xNC4xNTIqBzIwMjk5](https://www.proquest.com/scholarly-journals/limits-leverages-ecological-entrepreneurship/docview/2601609718/se-2%0Ahttps://media.proquest.com/media/hms/PFT/1/o0AaL?_a=ChgyMDIyMDYxNzE1MjQ0NjkwMT03MDk00DcSBTc40DY0GgpPTkVfU0VBuKNIgWzNi42OS4xNC4xNTIqBzIwMjk5)

Dewi, H. P. (2021). Determination of Green Marketing Strategies Through Marketing Communication in the Business World in the Society 5.0 Era. *18th International Symposium on Management (INSYMA 2021)*, 181–187.

Ellitan, L., & Anatan, L. (2020). Achieving business continuity in Industrial 4.0 and Society 5.0. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)*, 4(2), 235–239.

Esthi, R. B., Irawan, N. C., & Setiawan, I. (2022). The nexus between ecological competence, forest area management, and sustainable agroecosystem performance for communities around Mount Merbabu National Park (MMbNP). *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1108(1), 12019.

Fukuda, K. (2020). Science, technology and innovation ecosystem transformation toward society 5.0. *International Journal of Production Economics*, 220, 107460.

Gladden, M. E. (2019). Who will be the members of Society 5.0? Towards an anthropology of technologically posthumanized future societies. *Social Sciences*, 8(5), 148.

- Hatthakijphong, P., & Ting, H.-I. (2019). Prioritizing successful entrepreneurial skills: An emphasis on the perspectives of entrepreneurs versus aspiring entrepreneurs. *Thinking Skills and Creativity*, 34, 100603.
- Holroyd, C. (2022). Technological innovation and building a 'super smart'society: Japan's vision of society 5.0. *Journal of Asian Public Policy*, 15(1), 18–31.
- Hysa, B., Karasek, A., & Zdonek, I. (2021). Social media usage by different generations as a tool for sustainable tourism marketing in society 5.0 idea. *Sustainability*, 13(3), 1018.
- Irawan, N. C., Hartoyo, E., Suswadi, & Mustaqim. (2022). Environmental management and stakeholder roles in sustainable tourism development: a feasibility study. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1108(1), 012068. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1108/1/012068>
- Kadarisman, M., Wijayanto, A. W., & Sakti, A. D. (2022). Government Agencies' Readiness Evaluation towards Industry 4.0 and Society 5.0 in Indonesia. *Social Sciences*, 11(8), 331.
- Klein, V. B., & Todesco, J. L. (2021). COVID-19 crisis and SMEs responses: The role of digital transformation. *Knowledge and Process Management*, 28(2), 117–133.
- Kolade, O., & Owoseni, A. (2022). Employment 5.0: The work of the future and the future of work. *Technology in Society*, 102086.
- Konno, N., & Schillaci, C. E. (2021). Intellectual capital in Society 5.0 by the lens of the knowledge creation theory. *Journal of Intellectual Capital*.
- Le, D. N., Le Tuan, L., & Tuan, M. N. D. (2019). Smart-building management system: An Internet-of-Things (IoT) application business model in Vietnam. *Technological Forecasting and Social Change*, 141, 22–35.
- Lee, D., & Kim, Y. (2022). First-mover advantages and intentional knowledge spillover effects on cybersecurity start-ups' financial

- and innovation performance: incentive for revealing innovations in high-tech emerging industry. *Asian Journal of Technology Innovation*, 1–19.
- Linde, L., Sjödin, D., Parida, V., & Gebauer, H. (2020). Evaluation of digital business model opportunities: a framework for avoiding digitalization traps. *Research-Technology Management*, 64(1), 43–53.
- Mekonnen, Y., Namuduri, S., Burton, L., Sarwat, A., & Bhansali, S. (2019). Machine learning techniques in wireless sensor network based precision agriculture. *Journal of the Electrochemical Society*, 167(3), 37522.
- Mourtzis, D., Angelopoulos, J., & Panopoulos, N. (2022). A Literature Review of the Challenges and Opportunities of the Transition from Industry 4.0 to Society 5.0. *Energies*, 15(17), 6276.
- Parmigiani, D., Benigno, V., Giusto, M., Silvaggio, C., & Sperandio, S. (2021). E-inclusion: online special education in Italy during the Covid-19 pandemic. *Technology, Pedagogy and Education*, 30(1), 111–124.
- Potočan, V., Mulej, M., & Nedelko, Z. (2020). Society 5.0: Balancing of Industry 4.0, economic advancement and social problems. *Kybernetes*.
- Prado, N. B. Do, Moraes, G., Fischer, B. B., Anholon, R., & Rampasso, I. S. (2022). Antecedents of environmental value creation: an analysis with ecopreneurs in a developing country. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 1–16.
- Pratiwi, E. D., Amrico, H., Rizki, M. A., Savira, R., & Apriono, C. (2022). Asah skill: An approach skill-based learning platform with management and strategic planning process. *Matrix: Jurnal Manajemen Teknologi Dan Informatika*, 12(2), 91–101.
- Purbasari, R., Muttaqin, Z., & Sari, D. S. (2021). Digital entrepreneurship in pandemic Covid 19 Era: The digital entrepreneurial ecosystem framework. *Review of Integrative*

- Business and Economics Research*, 10, 114–135.
- Razak, M., Gunawan, B. I., Fitriany, F., Ashoer, M., Hidayat, M., & Halim, P. K. P. A. (2019). Moving From Traditional to Society 5.0 Case study by Online Transportation Business. *Journal of Distribution Science*, 17(9), 93–102.
- Salamzadeh, A., Hadizadeh, M., Rastgoo, N., Rahman, M. M., & Radfard, S. (2022). Sustainability-Oriented Innovation Foresight in International New Technology Based Firms. *Sustainability*, 14(20), 13501.
- Salimova, T., Guskova, N., Krakovskaya, I., & Sirota, E. (2019). From industry 4.0 to Society 5.0: Challenges for sustainable competitiveness of Russian industry. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 497(1), 12090.
- Sergeeva, A., Bhardwaj, A., & Dimov, D. (2021). In the heat of the game: Analogical abduction in a pragmatist account of entrepreneurial reasoning. *Journal of Business Venturing*, 36(6), 106158.
- Sharma, P. R., Sharma, S. K., Lindström, T., & Hsiao, B. S. (2020). Nanocellulose-enabled membranes for water purification: perspectives. *Advanced Sustainable Systems*, 4(5), 1900114.
- Suswadi, Irawan, N. C., & Aulia, N. N. (2022). The nexus between green strategic consensus, innovation, and performance evidence from eco-friendly food agro-industry companies in Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1108(1), 012033. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1108/1/012033>
- Tagarev, T., & Yanakiev, Y. (2020). Business models of collaborative networked organisations: implications for cybersecurity collaboration. *2020 IEEE 11th International Conference on Dependable Systems, Services and Technologies (DESSERT)*, 431–438.
- Tayibnapi, A. Z., Wuryaningsih, L. E., & Gora, R. (2021). Medium, small and medium enterprises and digital platforms. *South Asian Journal of Social Studies and Economics*, 10(2), 10–19.

## Kewirausahaan di Era *Society* 5.0

Vinuesa, R., Azizpour, H., Leite, I., Balaam, M., Dignum, V., Domisch, S., Felländer, A., Langhans, S. D., Tegmark, M., & Fuso Nerini, F. (2020). The role of artificial intelligence in achieving the Sustainable Development Goals. *Nature Communications*, *11*(1), 1–10.

## PROFIL PENULIS



### **Norbertus Citra Irawan, S.P., M.Sc.**

Lahir di Surakarta pada tanggal 5 Juni 1984. Penulis menyelesaikan pendidikan sarjana pada Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian (Agribisnis), Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret (UNS) Surakarta tahun 2007. Penulis menyelesaikan pendidikan magister pada Program Studi Magister Ekonomi Pertanian, Universitas Gadjah Mada (UGM) Yogyakarta tahun 2010. Saat ini masih tercatat sebagai mahasiswa S3 Doktor Ilmu Pertanian Universitas Gadjah Mada (UGM) Yogyakarta. Penulis saat ini bekerja sebagai dosen tetap di Program Studi Agribisnis, Universitas Tunas Pembangunan Surakarta.

Penulis memiliki kepakaran di bidang kewirausahaan kewirausahaan, agroindustri, agrowisata, ekonomi sumber daya pertanian, tata niaga pertanian, digital farming, perencanaan bisnis, dan pembangunan berkelanjutan. Penulis juga sudah mempublikasikan karya ilmiah di jurnal terindeks internasional dan nasional. Penulis sudah berkolaborasi dengan berbagai peneliti dan penulis dari berbagai institusi nasional. Selain peneliti, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini. Melalui buku ini penulis berharap memiliki kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan kewirausahaan di era *society 5.0*.

Email Penulis: [irawan@lecture.utp.ac.id](mailto:irawan@lecture.utp.ac.id)

# Kewirausahaan Era Society 5.0

Buku ini dirintis oleh perjuangan orang-orang cerdas, dengan konten Bab ini dibuat oleh orang-orang Peka yang Ikhlas dan ditulis oleh Para Penulis Pemberani yang konsisten serta mampu membaca era *society* saat ini untuk dapat terbit dan tersampaikan kepada pembaca yang Budiman. Konsep *society* 5.0 yang dilandaskan pada pilar utama yang meliputi infrastruktur, teknologi keuangan, kesehatan, logistik dan kecerdasan buatan sebagai konsep penyempurnaan dari konsep-konsep sebelum era *Society* 5.0, ini dinilai dan diciptakan dapat memberi perkembangan teknologi serta dapat meminimalisir adanya kesenjangan ekonomi dimana para wirausaha atau pebisnis dimudahkan dengan adanya kecerdasan buatan saat ini.

Adapun sistematika penulisan yang terkandung di dalamnya terurai dalam Enam Belas Bab, yaitu mengenai: Pengertian dan Konsep Kewirausahaan, Karakteristik dan Nilai-Nilai Kewirausahaan, Membangun Visi dan Misi Bisnis, Ide dan Peluang Usaha, Kreatif dan Inovatif dalam berwirausaha, Motivasi Berwirausaha, Mengelola Risiko Berwirausaha, Proses Bisnis dan Usaha Industri Kreatif, Etika Bisnis dan Kewirausahaan, Manajemen Usaha Kecil dan Menengah, Analisis Kelayakan dan Menyusun Rencana Bisnis, Manajemen dan Organisasi Bisnis, Mengelola Sumber Daya Manusia, Membuka Usaha Baru dan Waralaba, Strategi Pemasaran dalam Kewirausahaan, Kewirausahaan di Era *Society* 5.0.