

PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DI SEKOLAH



Tim Penulis:

Marsini
Holong Saor Nababan
Sugeng Susanto
Reina A. Hadikusumo
Mochamad Heru Riza Chakim
Harian Syaputra
Diana Pebriani Daulay
Heri Hermawan
Ahmad Choirul Maarif
Dean Arjuna D
Bayu Bambang Nurfaui
Agustinus Talindong
Luthfia Fauzia Dewi Aryanti
Erna Ervianti

Editor: Andri Cahyo Purnomo



PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DI SEKOLAH

**Marsini
Holong Saor Nababan
Sugeng Susanto
Reina A. Hadikusumo
Mochamad Heru Riza Chakim
Harian Syaputra
Diana Pebriani Daulay
Heri Hermawan
Ahmad Choirul Maarif
Diean Arjuna D
Bayu Bambang Nurfaui
Agustinus Talindong
Luthfia Fauzia Dewi Aryanti
Erna Ervianti**

Editor : Andri Cahyo Purnomo, M.Pd., C.Ed.

PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DI SEKOLAH

Tim Penulis:

Marsini
Holong Saor Nababan
Sugeng Susanto
Reina A. Hadikusumo
Mochamad Heru Riza Chakim
Harian Syaputra
Diana Pebriani Daulay
Heri Hermawan
Ahmad Choirul Maarif
Diean Arjuna D
Bayu Bambang Nurfaui
Agustinus Talindong
Luthfia Fauzia Dewi Aryanti
Erna Ervianti

Editor : Andri Cahyo Purnomo, M.Pd., C.Ed.
Tata Letak : Lilis Khalisatul Karimah, S.H.
Desain Cover : Asep Nugraha, S.Hum.
Ukuran : UNESCO 15,5 x 23 cm
Halaman : x, 299
ISBN : 978-634-7522-75-7
Terbit Pada : Juni 2026
Anggota IKAPI : No. 073/BANTEN/2023

Hak Cipta 2026 @ 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. Kramat, Panenjoan Kec. Carenang, Kab. Serang – Banten, 42195
Email : sadapenerbit@gmail.com
Website : sadapenerbit.com & repository.sadapenerbit.com
Telpon/WA : +62 838 1281 8431

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, buku yang berjudul **"Pendidikan Kewirausahaan di Sekolah"** ini akhirnya dapat hadir di tengah-tengah pembaca. Buku ini disusun sebagai upaya untuk memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan dunia pendidikan, khususnya dalam membekali generasi muda dengan jiwa, sikap, dan keterampilan kewirausahaan sejak dini.

Di era yang penuh dengan ketidakpastian dan persaingan global yang semakin ketat, lulusan sekolah tidak lagi cukup hanya mengandalkan kemampuan akademis semata. Mereka dituntut untuk memiliki keberanian mengambil risiko, daya kreasi yang tinggi, kemandirian, serta kemampuan melihat peluang di tengah keterbatasan. Pendidikan kewirausahaan hadir sebagai jawaban strategis untuk menyiapkan generasi yang tidak hanya siap mencari pekerjaan, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja bagi diri sendiri dan orang lain.

Buku ini mengupas secara komprehensif berbagai aspek penting dalam pendidikan kewirausahaan di sekolah, mulai dari landasan filosofis dan teoretis, kebijakan yang mendukung, strategi implementasi di dalam kelas dan lingkungan sekolah, hingga tantangan serta solusi yang dihadapi dalam praktiknya. Kami juga menyajikan berbagai model pembelajaran inovatif, seperti *project-based learning*, pembelajaran berbasis produk, serta integrasi kewirausahaan dalam Kurikulum Merdeka melalui Projek Penguatan Profil Pelajar Pancasila (P5) dengan tema kewirausahaan.

Kami menyadari bahwa membangun jiwa wirausaha tidak dapat dilakukan secara instan. Diperlukan sinergi antara guru, kepala sekolah, orang tua, masyarakat, dan dunia usaha untuk menciptakan ekosistem kewirausahaan yang kondusif di lingkungan sekolah. Oleh karena itu, buku ini kami tujukan tidak hanya bagi para pendidik dan

calon pendidik, tetapi juga bagi pengambil kebijakan, orang tua, serta semua pihak yang peduli terhadap masa depan generasi bangsa.

Harapan kami, buku ini dapat menjadi referensi akademis sekaligus panduan praktis yang memudahkan para guru dalam merancang dan melaksanakan pembelajaran kewirausahaan yang menyenangkan, bermakna, dan berdampak. Kami juga berharap agar semangat kewirausahaan yang ditanamkan di sekolah dapat terus tumbuh dan berkembang menjadi kekuatan besar yang mendorong kemajuan bangsa Indonesia di masa mendatang. Akhir kata, semoga buku ini bermanfaat dan menjadi amal jariyah bagi kita semua.

Selamat membaca dan berkarya!

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
BAB 1 HAKIKAT DAN URGENSI PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DI SEKOLAH.....	1
(Marsini)	
Pendahuluan	2
Hakikat Pendidikan Kewirausahaan	4
Urgensi Pendidikan Kewirausahaan di Sekolah	7
Implementasi Pendidikan Kewirausahaan di Sekolah	9
Tantangan dan Hambatan Pendidikan Kewirausahaan di Sekolah.....	10
Upaya Penguatan Pendidikan Kewirausahaan.....	12
Kesimpulan	13
Daftar Pustaka.....	15
Profil Penulis.....	19
BAB 2 KARAKTER DAN SIKAP DASAR WIRAUSAHA SUKSES	20
(Holong Saor Nababan)	
Pendahuluan	21
Pentingnya Karakter dan Sikap Dalam Mencapai Keberhasilan Bisnis.....	21
Visi dan Orientasi Tujuan.....	26
Kreativitas dan Inovasi: Menghasilkan Ide Baru dan Menanggapi Perubahan Pasar	30
Kemampuan Mengambil Risiko: Mengelola Ketidakpastian Secara Bijaksana dan Menerapkan Manajemen Risiko yang Terukur.....	31
Disiplin dan Kerja Keras: Manajemen Waktu dan Ketekunan Dalam Mencapai Target	36
Kepemimpinan dan Komunikasi: Memotivasi Tim dan Membangun Hubungan Bisnis.....	39
Ketahanan dan Kemampuan Beradaptasi: Bangkit Dari Kegagalan dan Fleksibilitas dalam Situasi Bisnis	44

Sikap Positif dan Etika: Integritas Dalam Bisnis serta Menjaga Optimisme dan Tanggung Jawab.....	49
Daftar Pustaka.....	53
Profil Penulis.....	57
BAB 3 MEMBANGUN <i>MINDSET</i> (POLA PIKIR)	
KEWIRAUSAHAAN	58
(Sugeng Susanto)	
Pendahuluan	59
Konsep Dasar <i>Mindset</i> Kewirausahaan	60
Tipe-Tipe <i>Mindset</i> Kewirausahaan	61
Teori-Teori <i>Mindset</i> Kewirausahaan.....	63
Karakteristik <i>Mindset</i> Kewirausahaan Pada Peserta Didik	66
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembentukan <i>Mindset</i> Kewirausahaan	69
Peran Sekolah Dalam Membangun <i>Mindset</i> Kewirausahaan.....	71
Strategi Pembelajaran Kewirausahaan	74
Model dan Praktik Pendidikan Kewirausahaan Di Berbagai Negara	75
Tantangan Dalam Membangun <i>Mindset</i> Kewirausahaan di Sekolah.....	77
Contoh Praktik <i>Mindset</i> Kewirausahaan.....	79
Kesimpulan.....	81
Daftar Pustaka.....	83
Profil Penulis.....	86
BAB 4 KREATIVITAS DAN INOVASI SEBAGAI <i>CORE COMPETENCE</i>	87
(Reina A. Hadikusumo)	
Pendahuluan	88
Definisi Kreativitas Menurut Para Ahli	91
Definisi Inovasi Menurut Para Ahli	93
Perbedaan Kreativitas dan Inovasi	95
Konsep <i>Core Competence</i> Dalam Kewirausahaan	96
Mengapa Kreativitas dan Inovasi Menjadi <i>Core Competence</i> ? ..	97
Karakteristik <i>Core Competence</i> Dalam Pendidikan Kewirausahaan	98
Kreativitas dan Inovasi Sebagai Modal Penciptaan Nilai	99

Implementasi Kreativitas dan Inovasi Sebagai <i>Core Competence</i> di Sekolah.....	100
Kesimpulan	105
Daftar Pustaka	106
Profil Penulis	108
BAB 5 MENGIDENTIFIKASI PELUANG USAHA DI LINGKUNGAN SEKITAR.....	109
(Mochamad Heru Riza Chakim)	
Pendahuluan	110
Pengertian Peluang Usaha.....	110
Observasi Lingkungan	112
Identifikasi Potensi Lokal	114
Analisis SWOT Sederhana.....	116
Pemanfaatan Teknologi <i>Digital</i> Dalam Menemukan Peluang Usaha.....	117
Strategi Pengembangan Ide Usaha.....	119
Daftar Pustaka	121
Profil Penulis	123
BAB 6 MEMAHAMI PASAR DAN TARGET KONSUMEN.....	124
(Harian Syaputra)	
Pendahuluan	125
Fungsi Pasar Bagi Kegiatan Usaha.....	126
Jenis-Jenis Pasar	127
Konsep Pasar Tradisional dan Modern	128
Pasar Sebagai Tempat Bertemunya Kebutuhan dan Penawaran	130
Peran Pasar Dalam Kewirausahaan Pendidikan.....	131
Penutup	132
Daftar Pustaka	133
Profil Penulis	135
BAB 7 MENYUSUN RENCANA BISNIS SEDERHANA (<i>BUSINESS PLAN</i>).....	136
(Diana Pebriani Daulay)	
Pendahuluan: Mengapa Rencana Bisnis Penting?.....	137
Definisi Rencana Bisnis.....	138
Manfaat Rencana Bisnis.....	138

Langkah-Langkah Menyusun Rencana Bisnis Sederhana	139
Implementasi <i>Business Plan</i> Dalam Pembelajaran	
Kewirausahaan	142
Kesimpulan	145
Daftar Pustaka	146
Profil Penulis	147
BAB 8 ANALISA BIAYA HARGA POKOK PENJUALAN DAN HARGA	
JUAL	148
(Heri Hermawan)	
Pendahuluan	149
Peta Konsep Pembahasan Materi	150
Pengertian Biaya	150
Fungsi Biaya	151
Klasifikasi Biaya	152
Analisa Biaya	153
Harga Pokok Penjualan	155
Mengendalikan Persediaan	156
Harga Jual	159
Daftar Pustaka	163
Profil Penulis	164
BAB 9 SUMBER DAYA DAN MODAL USAHA SISWA	165
(Ahmad Choirul Maarif)	
Pendahuluan	166
Pengertian Sumber Daya dan Modal Usaha	167
Jenis-Jenis Sumber Daya Usaha	170
Jenis-Jenis Modal Usaha	172
Strategi Memanfaatkan Sumber Daya Secara Efektif	178
Perencanaan Modal Usaha Siswa	178
Strategi Pengembangan Usaha Siswa	179
Penutup	182
Daftar Pustaka	184
Profil Penulis	186
BAB 10 PENGEMASAN (<i>PACKAGING</i>) DAN <i>BRANDING</i> UNTUK	
PEMULA	187
(Diean Arjuna)	
Brand: Sejarah dan Bagaimana Komunikasinya Bekerja?	188

Apa itu Merek?	188
<i>Branding</i> yang Efektif dan Konsistensi Terhadap Merek	189
<i>Brand Identity</i> : Bagaimana Identitas Berkomunikasi?	191
Kemasan dan Identitas Sebagai Sarana <i>Branding</i>	191
Psikologi Konsumen	194
Lima Fungsi Kemasan Dalam Ekosistem Merek	196
Elemen Visual Kemasan dan Koneksinya ke Identitas Merek	197
Tiga lapis Pesan Visual Dalam Kemasan	199
Daftar Pustaka	201
Profil Penulis	203
BAB 11 ETIKA BISNIS DALAM KEWIRAUSAHAAN SISWA	204
(Bayu Bambang Nurfauji)	
Fondasi Etika Dalam Kewirausahaan	205
Prinsip-Prinsip Etika Bisnis	208
Implementasi Etika Dalam Praktik Usaha	211
Kasus dan Dilema Etika Bisnis	213
Membangun Usaha Berkelanjutan Yang Etis	215
Daftar Pustaka	218
Profil Penulis	220
BAB 12 MENGATASI TANTANGAN DAN RISIKO KEGAGALAN..	221
(Agustinus Talindong)	
Pendahuluan	222
Jenis Tantangan	223
Risiko Kegagalan	228
Strategi Mengatasi Tantangan	234
Manajemen Risiko	241
Peran Sekolah	247
Kesimpulan	253
Daftar Pustaka	254
Profil Penulis	258
BAB 13 PENGENALAN <i>E-COMMERCE</i> DAN BISNIS DIGITAL UNTUK PELAJAR SMA/SMK	259
(Luthfia Fauzia Dewi Aryanti)	
Pendahuluan	260
Perkembangan Teknologi <i>Digital</i>	263
Pengertian <i>E-Commerce</i>	267

Karakteristik <i>E-Commerce</i>	270
Jenis-Jenis <i>E-Commerce</i>	274
<i>Marketplace</i> dan Ekosistem Digital.....	278
Kesimpulan.....	279
Daftar Pustaka.....	282
Profil Penulis.....	284
BAB 14 EVALUASI PROGRAM KEWIRAUSAHAAN DI SEKOLAH	285
(Erna Ervianti)	
Pendahuluan	286
Konsep Evaluasi Program Kewirausahaan.....	286
Model-Model Evaluasi Program	289
Instrumen dan Metode Pengumpulan Data	292
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Program...	293
Implementasi Evaluasi Program di Sekolah	295
Daftar Pustaka.....	297
Profil Penulis.....	299



BAB 1

HAKIKAT DAN URGENSI PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DI SEKOLAH

Dr. Hj. Marsini, S.Pd., M.Pd.
Universitas Doktor Nugroho Magetan



Pendahuluan

Perkembangan globalisasi dan revolusi industri 4.0 membawa perubahan besar dalam dunia pendidikan. Kemajuan teknologi digital dan persaingan global menuntut pendidikan menghasilkan sumber daya manusia yang tidak hanya unggul secara akademik, tetapi juga memiliki kreativitas, kemampuan beradaptasi, dan keterampilan hidup. Oleh karena itu, pendidikan tidak lagi hanya berfokus pada transfer pengetahuan, melainkan juga pada pembentukan karakter dan kemampuan peserta didik dalam menghadapi tantangan masa depan. Dalam konteks ini, pendidikan kewirausahaan menjadi pendekatan yang penting diterapkan di sekolah untuk membentuk generasi yang kreatif, mandiri, dan mampu menciptakan peluang.

Mardhiyah, R. *et al.*, (2021) menyatakan bahwa pendidikan abad ke-21 menuntut peserta didik memiliki keterampilan berpikir kritis, kreatif, komunikatif, dan kolaboratif agar mampu beradaptasi dengan perkembangan global. Tantangan dunia pendidikan pada era modern semakin kompleks seiring berkembangnya teknologi dan perubahan sosial masyarakat. Peserta didik tidak cukup hanya menguasai kemampuan akademik, tetapi juga harus memiliki kemampuan memecahkan masalah, mengambil keputusan, berinovasi, serta mampu bekerja sama dengan orang lain. Indarta *et al.*, (2021) menyatakan bahwa keterampilan abad ke-21 menjadi kebutuhan utama dalam menghadapi perubahan sosial, ekonomi, dan teknologi yang berkembang sangat cepat. Oleh karena itu, sekolah perlu memberikan pembelajaran yang mampu mengembangkan kreativitas, inovasi, komunikasi, serta jiwa kepemimpinan peserta didik. Pendidikan kewirausahaan dipandang mampu menjawab tantangan tersebut karena di dalamnya terdapat proses pembelajaran berbasis pengalaman (*learning by doing*) yang dapat membantu peserta didik mengembangkan keterampilan hidup secara nyata. Selain itu, tingginya angka pengangguran dan terbatasnya lapangan pekerjaan formal menjadi persoalan yang perlu mendapatkan perhatian serius dalam dunia pendidikan. Pendidikan yang selama ini hanya berorientasi pada pencarian kerja dinilai kurang relevan dengan kebutuhan masyarakat modern. Peserta didik perlu dibekali kemampuan untuk menciptakan peluang usaha dan mampu mandiri

secara ekonomi. Dalam hal ini, pendidikan kewirausahaan menjadi penting untuk diterapkan sejak dini karena dapat membantu membentuk mental mandiri, kreatif, inovatif, dan produktif pada peserta didik.

Mardhiyah, R. *et al.*, (2021) mengungkapkan bahwa pendidikan modern harus mampu menghasilkan sumber daya manusia yang adaptif, kreatif, dan memiliki kemampuan inovatif dalam menghadapi era *digital*. Oleh sebab itu, pendidikan kewirausahaan di sekolah tidak hanya bertujuan mengajarkan kegiatan bisnis semata, tetapi juga menanamkan pola pikir kreatif dan kemampuan melihat peluang di lingkungan sekitar. Penanaman jiwa kewirausahaan sejak usia sekolah menjadi langkah penting dalam membentuk karakter peserta didik. Pada usia sekolah, peserta didik berada pada fase perkembangan karakter yang sangat menentukan perilaku mereka di masa depan. Pendidikan kewirausahaan dapat membantu menanamkan berbagai nilai positif seperti disiplin, tanggung jawab, kerja keras, percaya diri, jujur, kreatif, dan pantang menyerah. Nilai-nilai tersebut menjadi dasar penting dalam membentuk generasi yang tidak mudah menyerah menghadapi tantangan kehidupan. Rindiani *et al.*, (2023) menjelaskan bahwa pembelajaran abad ke-21 harus mampu mengembangkan keterampilan berpikir kreatif dan kemampuan problem solving peserta didik melalui pengalaman belajar yang bermakna. Dengan demikian, pendidikan kewirausahaan di sekolah dapat menjadi sarana efektif dalam membentuk karakter sekaligus meningkatkan kemampuan berpikir kreatif peserta didik. Sekolah sebagai lembaga pendidikan formal memiliki peran penting dalam membangun budaya kewirausahaan melalui kegiatan seperti market day, proyek kewirausahaan, bazar sekolah, maupun integrasi nilai kewirausahaan dalam pembelajaran. Guru berperan sebagai fasilitator dan motivator dalam mengembangkan kreativitas, kerja sama, dan karakter peserta didik. Pembelajaran kewirausahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada pembentukan keterampilan hidup dan kemampuan berpikir tingkat tinggi. Pare, A., & Sihotang, (2023) menyatakan bahwa pendidikan abad ke-21 harus mampu mengembangkan kemampuan berpikir kritis dan keterampilan hidup agar peserta didik siap menghadapi perubahan zaman.

Daftar Pustaka

- Ahmad Rifai, Aisya Aminie, Diana Lestari, N. I. (2024). Peran Pendidikan Kewirausahaan Dalam Membangun Jiwa Wirausaha Pada Generasi Muda. *Al Furqan: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 3(3), 1562–1572.
- Andriani Yasin, N., & Jumria, J. (2024). Pendidikan Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha. *Jurnal Edueco*, 6(2), 275–285. <https://doi.org/10.36277/edueco.v6i2.180>.
- Ardiyansah, Ibnu Thayibur Rizqi, M. Rausyan Fikri, Y. N. (2025). Peran Pendidikan Berbasis Kewirausahaan Dalam Membentuk Karakter. Wirausaha Mahasiswa. *Pediaqu: Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 5272–5277.
- Cui, J. (2021). The Impact of Entrepreneurship Curriculum With Teaching Models on Sustainable Development of Entrepreneurial Mindset Among Higher Education Students In China: The Moderating Role of The Entrepreneurial Climate At The Institution. *Sustainability*, 13(14), 7950. <https://doi.org/10.3390/su13147950>.
- Farwati, S., & Santosa, S. (2023). Menumbuhkan Jiwa Berwirausaha Melalui Pendidikan Kewirausahaan Bagi Generasi Muda. *PERWIRA-Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 6(2), 61–71. <https://doi.org/10.21632/perwira.6.2.61-71>.
- Fellnhöfer, K. (2019). Toward A Taxonomy of Entrepreneurship Education Research Literature: A Bibliometric Mapping And Visualization. *Educational Research Review*, 27, 28–55. <https://doi.org/10.1016/j.edurev.2018.10.002>.
- Huang, Y., An, L., Liu, L., Zhuo, Z., & Wang, P. (2020). Exploring Factors Link to Teachers' Competencies In Entrepreneurship Education. *Frontiers In Psychology*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.563381>.
- Indarta, Y., Jalinus, N., Abdullah, R., & Samala, A. D. (2021). 21st Century Skills : TVET dan Tantangan Abad 21. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(6), 4340–4348. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i6.1458>.

- Kansha Dianita Pramesti, Camelia Safitri, Muhammad Fahmil Kamal, & Yudha Maulidandi Saputra. (2024). Peran Pendidikan Kewirausahaan dalam Menumbuhkan Jiwa Wirausaha di Kalangan Muda. *Al-Gafari: Manajemen Dan Pendidikan*, 2(2), 167–175. <https://doi.org/10.66886/algafari-mp.v2i2.96>.
- Kim, G., Kim, D., Lee, W. J., & Joung, S. (2020). The Effect of Youth Entrepreneurship Education Programs: Two Large-Scale Experimental Studies. *Sage Open*, 10(3). <https://doi.org/10.1177/2158244020956976>.
- Kusumojanto, D. D., Wibowo, A., Kustiandi, J., & Narmaditya, B. S. (2021). Do Entrepreneurship Education And Environment Promote Students' Entrepreneurial Intention? The Role of Entrepreneurial Attitude. *Cogent Education*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2021.1948660>.
- Li, Y., Cao, K., & Jenatabadi, H. S. (2023). Effect of Entrepreneurial Education And Creativity on Entrepreneurial Intention In College Students: Mediating Entrepreneurial Inspiration, Mindset, And Self-Efficiency. *Frontiers In Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1240910>.
- Łobacz, K., & Matuska, E. (2020). Project-Based Learning In Entrepreneurship Education: A Case Study-Based Analysis of Challenges And Benefits. *Przedsiębiorczość-Edukacja*, 16(2). <https://doi.org/10.24917/20833296.162.7>.
- Mahfud, T., Triyono, M. B., Sudira, P., & Mulyani, Y. (2020). The Influence of Social Capital And Entrepreneurial Attitude Orientation on Entrepreneurial Intentions: The Mediating Role of Psychological capital. *European Research on Management And Business Economics*, 26(1), 33–39. <https://doi.org/10.1016/j.iiedeen.2019.12.005>.
- Mardhiyah, R. Et al. (2021). Pentingnya Keterampilan Belajar Di Abad 21 Sebagai Tuntutan Dalam Pengembangan Sumber Daya Manusia. *Lectura: Jurnal Pendidikan*, 12(1), 29–40. <https://doi.org/https://doi.org/10.31849/lectura.v12i1.5813>.
- Nugraha, D., Wulandari, M. A., Yuningsih, E., & Setiani, N. (2022).

- Pembentukan Karakter Peserta Didik melalui Program Kewirausahaan di Sekolah Dasa. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6754–6762. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.2974>.
- Pare, A., & Sihotang, H. (2023). Pendidikan Holistik Untuk Mengembangkan Keterampilan Abad 21 Dalam Menghadapi Tantangan Era Digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 28101–28108. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.11268>.
- Rana, B., & Bika, S. L. (2025). Entrepreneurial Skills Development In Teacher Education: A Beneficiary-Centric Exploration. *Entrepreneurship Education*, 8(2), 301–318. <https://doi.org/10.1007/s41959-025-00144-x>.
- Rindiani, Nurhasanah, A., & Alamsyah, T. P. (2023). Analisis Keterampilan Abad 21 Pada Pembelajaran Tematik. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 13(2), 204–2010. <https://doi.org/10.21009/jpd.v13i2.34691>.
- Ruseva, V., Baltova, S., & Nikolova, E. (2024). Challenges to Entrepreneurship Education In High School. Interaction Between Formal and Informal Assessment. *Pedagogika-Pedagogy*, 96(1s), 73–86. <https://doi.org/10.53656/ped2024-1s.06>.
- Sitaridis, I., & Kitsios, F. (2024). Digital Entrepreneurship And Entrepreneurship Education: A Review of The Literature. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 30(2/3), 277–304. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-01-2023-0053>.
- Wardana, L. W., Narmaditya, B. S., Wibowo, A., Mahendra, A. M., Wibowo, N. A., Harwida, G., & Rohman, A. N. (2020). The Impact of Entrepreneurship Education And Students' Entrepreneurial Mindset: The Mediating Role of Attitude And Self-Efficacy. *Heliyon*, 6(9), e04922. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04922>.
- Yani, Ahmad, Azzaakiyyah, H. K. (2025). Peran Pendidikan Kewirausahaan dalam Meningkatkan Inovasi dan Daya Saing Usaha Mikro sebagai Strategi Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat di Era Ekonomi Digital. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 6(7), 10749–10763. <https://doi.org/10.54373/imeij.v6i7.4438>.

Zainal, N. F., Sahabuddin, R., Irfan, M., & S. (2025). Model-Model Pengembangan Kewirausahaan Dalam Pendidikan. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(4), 910–921. <https://doi.org/https://edukatif.org/edukatif/article/view/7798>.

PROFIL PENULIS



Dr. Hj. Marsini, S.Pd., M.Pd.

adalah dosen tetap pada Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Doktor Nugroho Magetan. Ia menyelesaikan pendidikan S1 Pendidikan di Universitas Terbuka (2006), Magister Pendidikan (M.Pd) di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya (2008), dan Program Doktor Ilmu Sosial dan Politik (2012). Saat ini ia menjabat sebagai Lektor Kepala (TMT 1 April 2025).

Kepakaran akademiknya meliputi Pendidikan IPS, pendidikan karakter, kewarganegaraan, serta kajian sosial budaya pada pendidikan dasar. Selain aktif mengajar, ia terlibat dalam penelitian, publikasi artikel ilmiah, penyusunan buku, kegiatan pengabdian masyarakat, serta pengembangan kurikulum PGSD, khususnya pada penguatan kompetensi sosial, etika *digital*, dan literasi kewarganegaraan bagi calon guru sekolah dasar. Profil akademiknya dapat ditemukan melalui akun SINTA dengan ID: 6805659 dan email marsini@udn.ac.id.



BAB 2

KARAKTER DAN SIKAP

DASAR WIRAUSAHA

SUKSES

Dr. Holong Saor Nababan
Politeknik Gunakarya Indonesia



Pendahuluan

Kewirausahaan telah didefinisikan dengan berbagai cara, tetapi definisi akademik dan kebijakan umumnya menekankan faktor-faktor utama seperti pengenalan peluang, inovasi, pengambilan risiko, dan penciptaan nilai. (Ahmad & Seymour, 2008). Wirausaha adalah inovator yang memperkenalkan kombinasi baru (misalnya barang atau metode baru) untuk mendorong perubahan ekonomi. (Casson *et al.*, 2009). Definisi yang lebih baru memandang kewirausahaan sebagai *proses* menemukan, mengevaluasi, dan mengeksploitasi peluang di luar sumber daya saat ini (*Commission of the European Communities*, 2003).

Kewirausahaan dengan cakupan yang lebih luas dan pragmatis, OECD menyebutnya sebagai *proses dinamis* untuk mengidentifikasi peluang ekonomi dan bertindak atasnya (Fregetto, 2024). Dengan demikian, kewirausahaan adalah proses berkelanjutan di mana individu atau tim mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengeksploitasi peluang, sering melalui inovasi dan pengambilan risiko terukur, dengan menggabungkan sumber daya untuk meluncurkan atau mengembangkan usaha yang menciptakan nilai ekonomi atau sosial baru. Definisi ini dirancang untuk mencakup semua elemen utama: orientasi peluang, inovasi, keberanian mengambil risiko, pengelolaan sumber daya, dan penciptaan nilai.

Pentingnya Karakter dan Sikap Dalam Mencapai Keberhasilan Bisnis

Karakter dan sikap merupakan unsur penting yang sangat menentukan keberhasilan dalam dunia bisnis. Meskipun sumber daya keuangan, teknologi, dan keterampilan manajerial memiliki peranan besar, keberlanjutan suatu organisasi dalam jangka panjang sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai pribadi dan perilaku para pemimpin maupun karyawannya. Dalam lingkungan bisnis modern yang penuh persaingan dan perubahan cepat, organisasi semakin menyadari bahwa karakter yang baik dan sikap positif memiliki pengaruh terhadap produktivitas, kepuasan pelanggan, kerja sama tim, serta reputasi perusahaan (Robbins & Judge, 2019).

Karakter mengacu pada prinsip moral dan nilai etika yang membentuk perilaku seseorang, seperti kejujuran, tanggung jawab, integritas, disiplin, dan akuntabilitas. Sementara itu, sikap menggambarkan cara berpikir dan respons seseorang terhadap pekerjaan, tantangan, dan hubungan dengan orang lain. Karyawan maupun pemimpin yang memiliki sikap positif, seperti optimisme, komitmen, kemampuan beradaptasi, dan kerja sama, umumnya memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pertumbuhan dan inovasi organisasi (Luthans, 2011). Oleh karena itu, perusahaan yang membangun karakter kuat dan sikap konstruktif cenderung lebih mampu mencapai perkembangan yang berkelanjutan serta keunggulan kompetitif.

1. Konsep Sikap Dalam Bisnis

Sikap mengacu pada kecenderungan seseorang untuk memberikan respons positif atau negatif terhadap situasi, tugas, atau individu tertentu. Dalam organisasi bisnis, sikap sangat mempengaruhi motivasi, komunikasi, kerja sama tim, dan kinerja kerja secara keseluruhan. Karyawan yang memiliki sikap positif cenderung menghadapi tantangan secara konstruktif dan tetap tangguh dalam menghadapi kesulitan. Sikap memiliki pengaruh kuat terhadap perilaku dan niat seseorang. Karyawan yang menunjukkan sikap positif biasanya lebih produktif, inovatif, dan kooperatif (Ajzen, 1991). Mereka juga lebih bersedia menyesuaikan diri terhadap perubahan organisasi serta berpartisipasi aktif dalam penyelesaian masalah di tempat kerja. Konsep *growth mindset* yang diperkenalkan oleh Dweck semakin menegaskan pentingnya sikap dalam keberhasilan profesional (Dweck, 2006). Individu yang percaya bahwa kemampuan dapat berkembang melalui usaha dan pembelajaran cenderung lebih siap menerima tantangan, bertahan saat menghadapi kegagalan, dan mencapai tingkat kinerja yang lebih tinggi. Sebaliknya, sikap negatif dapat menyebabkan ketegangan di tempat kerja, menurunkan produktivitas, dan melemahkan moral organisasi. Karyawan yang terus menunjukkan pesimisme atau penolakan dapat memberikan dampak buruk terhadap kinerja tim dan budaya kerja.

Daftar Pustaka

- Adler, R. B., Elmhorst, J. M., & Lucas, K. (2019). *Communicating At Work: Strategies For Success In Business And The Professions (12th ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Ahmad, N., & Seymour, R. (2008). *Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection* (OECD Statistics Working Papers No. 2008/01). OECD Publishing.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ayala, J. C., & Manzano, G. (2014). The Resilience of The Entrepreneur: Influence on The Success of The Business. *Journal of Economic Psychology*, 42, 126–135. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2014.02.004>.
- Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise Of Control*. W.H. Freeman.
- Baron, R. A. (2008). The Role of Affect In The Entrepreneurial Process. *Academy of Management Review*, 33(2), 328–340.
- Barringer, B. R., & Ireland, R. D. (2019). *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures (6th ed.)*. Pearson.
- Bass, B. M., & Riggio, R. E. (2006). *Transformational Leadership (2nd ed.)*. Psychology Press.
- Baum, J. R., & Locke, E. A. (2004). The Relationship of Entrepreneurial Traits, Skill, And Motivation To Subsequent Venture Growth. *Journal of Applied Psychology*, 89(4), 587–598. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.89.4.587>.
- Bennis, W., & Nanus, B. (1985). *Leaders: The Strategies For Taking Charge*. Harper & Row.
- Boyatzis, R., & McKee, A. (2005). *Resonant Leadership*. Harvard Business School Press.
- Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2017). *Financial Management: Theory And Practice (15th ed.)*. Cengage Learning.
- Brown, M. E., & Treviño, L. K. (2006). Ethical Leadership: A Review And

- Future Directions. *The Leadership Quarterly*, 17(6), 595–616.
<https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2006.10.004>.
- Burns, P. (2016). *Entrepreneurship And Small Business (4th ed.)*. Palgrave Macmillan.
- Carroll, A. B., & Brown, J. A. (2018). Corporate Social Responsibility: A Review of Current Concepts, Research, And Issues. *Corporate Social Responsibility And Environmental Management*, 25(1), 39–53.
- Casson, M., Yeung, B., Basu, A., & Wadeson, N. (2009). *Introduction. In The Oxford Handbook of Entrepreneurship* (hlm. 1–30). Oxford University Press.
- Commission of the European Communities. (2003). *Entrepreneurship In Europe* (Green Paper No. COM (2003)27). Brussels.
- Duckworth, A. (2016). *Grit: The Power Of Passion And Perseverance*. Scribner.
- Duckworth, A. L., Peterson, C., Matthews, M. D., & Kelly, D. R. (2007). Grit: Perseverance And Passion For Long-Term Goals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92(6), 1087–1101.
- Dweck, C. S. (2006). *Mindset: The New Psychology of Success*. Random House.
- Fregetto, E. (2024). *Entrepreneurial Aspiration In The Creative Age* [Presentasi]. International Council for Small Business.
- Goleman, D. (1998). *Working With Emotional Intelligence*. Bantam Books.
- Gorgievski, M. J., & Stephan, U. (2016). Advancing The Psychology Of Entrepreneurship: A Review of The Psychological Literature And An Introduction. *Applied Psychology*, 65(3), 437–468.
<https://doi.org/10.1111/apps.12073>.
- Hersey, P., Blanchard, K. H., & Johnson, D. E. (2013). *Management of Organizational Behavior: Leading Human Resources (10th Ed.)*. Pearson.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2020). *Entrepreneurship (11th ed.)*. McGraw-Hill Education.

- Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast And Slow*. Farrar, Straus And Giroux.
- Kouzes, J. M., & Posner, B. Z. (2017). *The Leadership Challenge (6th ed.)*. Wiley.
- Kuratko, D. F. (2021). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice (11th ed.)*. Cengage Learning.
- Locke, E. A., & Latham, G. P. (2002). Building A Practically Useful Theory of Goal Setting And Task Motivation. *American Psychologist*, 57(9), 705–717.
- Longenecker, J. G., Petty, J. W., Hoy, F., & Palich, L. E. (2020). *Small Business Management: Launching And Growing Entrepreneurial Ventures (19th ed.)*. Cengage Learning.
- Luthans, F. (2011). *Organizational Behavior (12th ed.)*. McGraw-Hill.
- Luthans, F., Youssef, C. M., & Avolio, B. J. (2007). *Psychological Capital: Developing The Human Competitive Edge*. Oxford University Press.
- Maxwell, J. C. (2007). *The 21 Irrefutable Laws of Leadership*. Thomas Nelson.
- Mintzberg, H. (1994). *The Rise And Fall of Strategic Planning*. Free Press.
- Northouse, P. G. (2022). *Leadership: Theory And Practice (9th ed.)*. Sage Publications.
- OECD. (2020). *SME Policy Responses to COVID-19*. OECD Publishing.
- Porter, M. E. (1996). What is strategy?. *Harvard Business Review*, 74(6), 61–78.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2021). *Management (15th ed.)*. Pearson.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). *Organizational Behavior (18th ed.)*. Pearson.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations (5th ed.)*. Free Press.
- Scarborough, N. M., & Cornwall, J. R. (2019). *Essentials of Entrepreneurship And Small Business Management (9th ed.)*. Pearson.

- Schein, E. H. (2017). *Organizational Culture And Leadership (5th ed.)*. Wiley.
- Schein, E. H., & Schein, P. (2021). *Organizational Culture And Leadership (6th ed.)*. Wiley.
- Seligman, M. E. P. (2011). *Flourish: A Visionary New Understanding of Happiness And Well-Being*. Free Press.
- Senge, P. M. (2006). *The Fifth Discipline: The Art And Practice of The Learning Organization (Rev. ed.)*. Doubleday.
- Shepherd, D. A. (2003). Learning From Business Failure: Propositions About The Grief Recovery Process For The Self-Employed. *Academy of Management Review*, 28(2), 318–328. <https://doi.org/10.5465/amr.2003.9416377>.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2021). *Managing innovation: Integrating Technological, Market, And Organizational Change (7th ed.)*. Wiley.
- Treviño, L. K., & Nelson, K. A. (2017). *Managing Business Ethics: Straight Talk About How To Do It Right (7th ed.)*. Wiley.
- Yukl, G. (2013). *Leadership In Organizations (8th ed.)*. Pearson.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). *Essentials of Entrepreneurship And Small Business Management (5th ed.)*. Pearson Education

PROFIL PENULIS



Dr. Holong Saor Nababan, S.E., M.M.,

saat ini mengajar di Politeknik Gunakarya Indonesia dan di *Trisakti School of Management* (TSM) Jakarta dan Bekasi. Dia menyelesaikan pendidikan Sarjana Ekonomi, Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya pada tahun 1999, pendidikan Magister Manajemen, Program Studi Ilmu

Manajemen pada Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Jakarta pada tahun 2008, dan pendidikan Doktor, Program Studi Manajemen Pendidikan di Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta pada tahun 2019. Berpengalaman sebagai pimpinan lembaga pendidikan tinggi selama 15 (lima belas) tahun. Aktif sebagai penulis artikel dan buku. Spesialisasi Penulis; manajemen pendidikan, manajemen strategi dan evaluasi kebijakan.

BAB 3
MEMBANGUN *MINDSET*
(POLA PIKIR)
KEWIRAUSAHAAN

Sugeng Susanto, S.E., M.M.
Universitas Raharja



Pendahuluan

Di tengah dinamika perubahan global yang bergerak begitu cepat, dunia pendidikan dihadapkan pada tantangan besar, bagaimana mempersiapkan generasi muda agar tidak hanya cerdas secara akademik, tetapi juga tangguh, kreatif, dan mampu menciptakan peluang di tengah ketidakpastian. Salah satu jawaban yang kian mendapat perhatian luas dari para pakar dan pemangku kebijakan pendidikan adalah pentingnya membangun *mindset* kewirausahaan sejak dini, khususnya di lingkungan sekolah. *Mindset* kewirausahaan bukan sekadar tentang kemampuan berdagang atau mendirikan usaha.

Hal itu mencakup suatu cara pandang menyeluruh yang menempatkan individu sebagai subjek aktif perubahan: seseorang yang mampu melihat peluang di mana orang lain melihat rintangan, yang berani mengambil risiko terukur, dan yang terus berinovasi meskipun menghadapi kegagalan. Pola pikir inilah yang membedakan antara individu yang sekadar menunggu kesempatan dengan mereka yang secara proaktif menciptakannya. Generasi muda Indonesia saat ini tumbuh dalam era revolusi industri 4.0 dan *society* 5.0, di mana kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), otomatisasi, dan digitalisasi telah mengubah lanskap pekerjaan secara mendasar. Banyak jenis pekerjaan yang ada hari ini diprediksi akan hilang dalam satu hingga dua dekade ke depan, sementara profesi-profesi baru yang belum pernah ada sebelumnya akan bermunculan. Kondisi ini menuntut generasi muda memiliki bekal lebih dari sekadar ijazah dan keterampilan teknis. Sekolah, sebagai institusi pendidikan formal yang paling strategis, memiliki peran vital dalam proses transformasi ini. Bukan hanya sebagai tempat transfer ilmu, tetapi sebagai ruang pembentukan karakter, pengembangan kreativitas, dan inkubator pola pikir entrepreneurial. Dengan mengintegrasikan pendidikan kewirausahaan ke dalam kurikulum dan budaya sekolah secara menyeluruh, lembaga pendidikan dapat menjadi katalis lahirnya generasi penerus bangsa yang inovatif dan berdaya saing global.

Konsep Dasar *Mindset* Kewirausahaan

1. Pengertian *Mindset*

Istilah *mindset* berasal dari bahasa Inggris yang secara harfiah berarti "pengaturan pikiran" atau "cara pikir". Dalam psikologi kognitif, *mindset* didefinisikan sebagai seperangkat asumsi, metode, atau cara pandang yang dipegang teguh oleh seseorang, yang kemudian membentuk pola respons dan interpretasinya terhadap berbagai situasi. Carol S. Dweck, profesor psikologi dari *Stanford University*, mendefinisikan *mindset* sebagai keyakinan dasar yang membentuk cara seseorang mempersepsikan dirinya sendiri dan lingkungannya, serta strategi yang digunakannya untuk menghadapi tantangan (Dweck, 2006).

Dalam konteks kewirausahaan, *mindset* mengacu pada kumpulan cara berpikir, kepercayaan, nilai, dan sikap yang mengarahkan seorang individu untuk berperilaku layaknya seorang *entrepreneur*, bahkan ketika ia mungkin belum memiliki bisnis secara formal. *Entrepreneurial mindset* merupakan kondisi mental yang mendorong seseorang untuk terus mencari peluang, mengeksplorasinya, dan mengambil tindakan strategis untuk mewujudkannya menjadi kenyataan.

2. Pengertian *Entrepreneurial Mindset* Menurut Para Ahli

Berbagai pakar telah memberikan definisi yang kaya mengenai *entrepreneurial mindset* dari sudut pandang yang beragam. McGrath dan MacMillan (2000) mendefinisikan *entrepreneurial mindset* sebagai cara berpikir yang penuh semangat, disiplin, dan terstruktur untuk mencari, mengidentifikasi, dan menciptakan peluang ekonomi baru dalam kondisi ketidakpastian yang tinggi. Neck, Greene, dan Brush (2014) menyatakan bahwa *entrepreneurial mindset* adalah kemampuan seseorang untuk dengan cepat merasakan, bertindak, dan memobilisasi sumber daya, bahkan dalam kondisi yang tidak pasti.

Sementara itu, Rae (2007) memandangnya sebagai suatu orientasi berpikir yang memungkinkan individu untuk mengidentifikasi peluang dan bertindak atas dasar peluang

Daftar Pustaka

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Alkaabi, K., & Senghore, S. (2024). Student Entrepreneurship Competency And Mindset: Examining The Influence Of Education, Role Models, And Gender. *Journal of Innovation And Entrepreneurship*, 13(1), 1–22. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00393-5>
- Angelina, D., & Wijaya, A. (2025). Peran Efikasi Diri Dalam Hubungan Antara Pendidikan Kewirausahaan, Pola Pikir, dan Kreativitas. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan UNTAR*. <https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/view/33977>.
- Bandura, A. (1986). *Social Foundations of Thought And Action: A Social Cognitive Theory*. Prentice-Hall.
- Brausch-Böger, M. E., & Förster, M. (2024). *The Effects of An Entrepreneurial Project on The Career-Choice Readiness, Metacognition, And Growth Mindset of Secondary Students*. *Education Sciences*, 14(5), 485. <https://doi.org/10.3390/educsci14050485>.
- Dweck, C. S. (2006). *Mindset: The New Psychology of Success*. Random House.
- European Commission. (2016). *Entrecomp: The Entrepreneurship Competence Framework*. Publications Office of The European Union.
- Fitriani, A. D., et al. (2026). Analisis Pendidikan Kewirausahaan Dalam Menumbuhkan Keterampilan Berpikir Kritis Dan Kreatif Pada Siswa Sekolah Dasar. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/pendas/article/view/42107>.
- Fuad, A., et al. (2024). The Effect of Entrepreneurial Education And Entrepreneurial Self-Efficacy With Entrepreneurial Mindset As An Intervening Variable On Entrepreneurial Intention. *Journal of Finance And Business Digital*.

- <https://journal.formosapublisher.org/index.php/jfbd/article/view/12362>.
- Heckman, J. J., & Kautz, T. (2012). *Hard Evidence on Soft Skills*. Labour Economics, 19(4), 451–464.
- McGrath, R. G., & MacMillan, I. C. (2000). *The Entrepreneurial Mindset: Strategies For Continuously Creating Opportunity In An Age of Uncertainty*. Harvard Business School Press.
- Neck, H. M., Greene, P. G., & Brush, C. G. (2014). *Teaching Entrepreneurship: A Practice-Based Approach*. Edward Elgar Publishing.
- Nugrahini, E. H., et al. (2024). Implementasi Kurikulum Pendidikan Kewirausahaan Pada Anak Usia Dini Di Taman Kanak-Kanak. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/pendas/article/view/17570>.
- OECD. (2021–2025). *OECD Platform For Entrepreneurship Education Collaboration And Engagement (EECOLE)*. <https://www.oecd.org/en/about/projects/oecd-platform-for-the-entrepreneurship-education-collaboration-and-engagement---eecole.html>.
- Pudjiastuti, F. U., et al. (2024). The Influence of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Readiness Mediated By Entrepreneurial Skills And Entrepreneurial Mindset. *Journal of Finance And Business Digital*. <https://journal.formosapublisher.org/index.php/jfbd/article/view/12421>.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L. Sexton, & K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 72–90). Prentice-Hall.
- Wiyoko, T., & Sari, N. D. (2025). Tren Penelitian Pendidikan Kewirausahaan Di Indonesia Tahun 2021–2025: Systematic Literature Review. *Jurnal Muara Pendidikan*. <https://ejournal.ummuba.ac.id/index.php/mp/en/article/view/3>

327.

Zarea, F., & Obschonka, M. (2026). Adolescent Entrepreneurship Education: How Clear Is The Evidence? *Management Review Quarterly*. <https://doi.org/10.1007/s11301-026-00597-x>.

Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). The Relationship of Personality to Entrepreneurial Intentions And Performance: A Meta-Analytic Review. *Journal of Management*, 36(2), 381–404.

PROFIL PENULIS



Sugeng Susanto, S.E., M.M.

Ketertarikan penulis menulis buku terhadap ilmu ekonomi dimulai pada tahun 2022 dengan menulis buku *Filsafat Ilmu Akuntansi* dan *Riset Akuntansi*. Sugeng Susanto S.E., M.M. Lulus S1 Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka dan penulis melanjutkan pendidikan Program Studi Magister Manajemen S2 di Fakultas Ekonomi (FEB) Universitas Esa Unggul Jakarta pada tahun 2018. Penulis memiliki keahlian dibidang Manajemen dan Teknik Industri. Penulis aktif dalam kegiatan penelitian dan konsultasi pada perusahaan perusahaan yang melakukan perbaikan manajemen strategi di Jawa Tengah dan Jakarta, serta aktif dalam konsultasi pembuatan Raperwal Kota Tangerang Selatan, konsultasi Dinas Perhubungan dan Konsultasi Ekonomi Kreatif di Kota Tangerang Selatan.

Beberapa proyek yang dilakukan sebagai tenaga profesional antara lain di *Lighting Industries* dan *Smart home systems* di Kantor Pemerintahan IKN, Bandara VIP dan beberapa proyek strategis Nasional. Untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai Dosen Program Studi Kewirausahaan pada Universitas Raharja Tangerang dengan mengampu mata kuliah antara lain *e-commerce*, Inovasi dan kewirausahaan, Modal dan Pembiayaan Koperasi, Bisnis *Digital* dan Intelegensi Bisnis dan Perancangan Sistem dan Model Bisnis. Penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini.

Email Penulis: sugeng.susanto@raharja.info.



BAB 4

KREATIVITAS DAN INOVASI SEBAGAI *CORE COMPETENCE*

Dr. Reina A. Hadikusumo, S.E., M.M., M.Kom.
Universitas Surabaya



Pendahuluan

Perubahan yang terjadi pada abad ke-21 berlangsung sangat cepat dan memengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan manusia. Perkembangan teknologi digital, kemunculan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*), transformasi industri, perubahan pola konsumsi masyarakat, serta meningkatnya persaingan global telah menciptakan tantangan baru yang tidak dapat dihadapi hanya dengan mengandalkan kemampuan akademik semata. Dunia kerja dan dunia usaha saat ini membutuhkan individu yang mampu berpikir kreatif, menghasilkan gagasan baru, serta mampu mengubah gagasan tersebut menjadi solusi yang bernilai bagi masyarakat.

Kondisi ini menjadikan kreativitas dan inovasi sebagai kompetensi yang sangat penting untuk dikembangkan sejak usia sekolah. Pendidikan kewirausahaan hadir sebagai salah satu sarana strategis untuk mempersiapkan generasi muda menghadapi berbagai perubahan tersebut. Pendidikan kewirausahaan tidak hanya bertujuan membentuk calon pengusaha, tetapi juga membangun pola pikir (*entrepreneurial mindset*) yang mendorong peserta didik menjadi pribadi yang mandiri, adaptif, berani mengambil inisiatif, serta mampu melihat peluang di tengah berbagai tantangan. Peserta didik yang memiliki pola pikir kewirausahaan cenderung lebih siap menghadapi ketidakpastian, mampu memecahkan masalah secara kreatif, dan memiliki keberanian untuk menciptakan nilai tambah melalui berbagai inovasi (Neck *et al.*, 2021). Kreativitas dan inovasi merupakan dua konsep yang saling berkaitan erat dalam kewirausahaan. Kreativitas berkaitan dengan kemampuan menghasilkan ide, gagasan, atau cara pandang baru yang berbeda dari sebelumnya. Inovasi berkaitan dengan kemampuan mengimplementasikan ide tersebut menjadi sesuatu yang memberikan manfaat nyata. Sebuah ide yang kreatif belum tentu menjadi inovasi apabila tidak diwujudkan dalam bentuk produk, layanan, proses, atau solusi yang dapat digunakan oleh masyarakat. Sebaliknya, inovasi hampir selalu berawal dari proses kreatif yang menghasilkan gagasan baru (Hisrich *et al.*, 2023). Lingkungan pendidikan memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk

kemampuan tersebut. Sekolah tidak lagi cukup berfungsi sebagai tempat transfer pengetahuan dari guru kepada peserta didik. Sekolah perlu menjadi ruang yang mendorong eksplorasi, eksperimen, kolaborasi, dan keberanian untuk mencoba berbagai kemungkinan baru.

Peserta didik perlu diberikan kesempatan untuk mengemukakan pendapat, mengembangkan ide, melakukan proyek nyata, serta belajar dari keberhasilan maupun kegagalan yang mereka alami selama proses pembelajaran. Pengalaman semacam ini akan membantu mereka membangun kepercayaan diri sekaligus kemampuan berpikir kreatif dan inovatif yang sangat dibutuhkan pada masa depan (Bell, 2020). Laporan *The Future of Jobs* yang diterbitkan oleh *World Economic Forum* menunjukkan bahwa kreativitas, kemampuan memecahkan masalah kompleks, berpikir analitis, fleksibilitas, dan inovasi termasuk di antara kompetensi yang paling dibutuhkan dalam dunia kerja masa depan (*World Economic Forum*, 2025). Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemampuan teknis saja tidak lagi cukup untuk menjamin keberhasilan seseorang. Individu perlu memiliki kapasitas untuk beradaptasi dengan perubahan serta mampu menghasilkan solusi baru yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dan perkembangan zaman. Pentingnya kreativitas dan inovasi juga terlihat dari keberhasilan berbagai perusahaan dan organisasi yang mampu bertahan di tengah perubahan lingkungan bisnis yang dinamis. Banyak perusahaan besar berhasil mempertahankan daya saing karena terus mengembangkan produk, layanan, maupun model bisnis yang inovatif. Fenomena yang sama juga terjadi pada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah. Usaha yang mampu beradaptasi dan menghadirkan nilai tambah baru umumnya memiliki peluang lebih besar untuk berkembang dibandingkan usaha yang hanya mengandalkan cara-cara lama. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa kreativitas dan inovasi bukan sekadar kemampuan tambahan, melainkan menjadi faktor utama yang menentukan keberlangsungan dan pertumbuhan suatu organisasi (Dess *et al.*, 2021). Konteks pendidikan kewirausahaan di sekolah menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi tidak dapat dipandang sebagai keterampilan pelengkap. Kedua kemampuan tersebut perlu ditempatkan sebagai *core competence* atau kompetensi inti yang menjadi fondasi dalam

Daftar Pustaka

- Amabile, T. M. (2020). *Creativity In Context: Update To The Social Psychology of Creativity*. Routledge.
- Beghetto, R. A. (2022). *Myths About Creativity: The Truth About How Innovative Ideas Are Generated*. Routledge.
- Bell, S. (2020). Project-Based Learning For The 21st Century: Skills For The Future. *The Clearing House: A Journal of Educational Strategies, Issues And Ideas*, 83(2), 39–43.
- Dess, G. G., McNamara, G., Eisner, A. B., & Lee, S. H. (2021). *Strategic Management: Creating Competitive Advantages (10th ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Henriksen, D., Richardson, C., & Mehta, R. (2021). Creativity And Technology In Education: An Interdisciplinary Perspective. *TechTrends*, 65(1), 1–9.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2023). *Entrepreneurship (12th ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Kaufman, J. C., & Sternberg, R. J. (2021). *The Cambridge Handbook of Creativity (2nd ed.)*. Cambridge University Press.
- Kuratko, D. F. (2022). *Entrepreneurship: Theory, Process, And Practice (12th ed.)*. Cengage Learning.
- Lackéus, M. (2020). Comparing The Impact of Three Different Experiential Approaches to Entrepreneurship In Education. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(5), 937–971.
- Neck, H. M., Greene, P. G., & Brush, C. G. (2021). *Entrepreneurship Education And Pedagogy*. Edward Elgar Publishing.
- OECD, & Eurostat. (2018). *Oslo Manual 2018: Guidelines For Collecting, Reporting And Using Data On Innovation (4th ed.)*. OECD Publishing.
- OECD. (2023). *Creative Thinking: PISA 2022 Assessment And Analytical Framework*. OECD Publishing.
- Prahalad, C. K., & Hamel, G. (2020). The Core Competence of The Corporation. In *Strategic Learning In A Knowledge Economy* (pp.

- 41–60). Routledge.
- Runco, M. A., & Jaeger, G. J. (2023). The Standard Definition of Creativity. *Creativity Research Journal*, 35(1), 1–8.
- Savery, J. R. (2021). Overview of Problem-Based Learning: Definitions And Distinctions. *Interdisciplinary Journal of Problem-Based Learning*, 1(1), 9–20.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2021). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market And Organizational Change (7th ed.)*. Wiley.
- UNESCO. (2022). *Reimagining Our Futures Together: A New Social Contract For Education*. UNESCO Publishing.
- World Economic Forum. (2025). *The Future of Jobs Report 2025*. World Economic Forum.

PROFIL PENULIS



Dr. Reina A. Hadikusumo, S.E., M.M., M.Kom.

lahir di kota Jakarta. Saat usianya baru 8 bulan, orang tuanya pindah ke Surabaya dan Reina tumbuh hingga dewasa di kota tersebut. Saat ini Reina bekerja sebagai dosen di Universitas Surabaya, guru piano, guru vokal, dan trainer musik. Cita-cita sebagai dosen diinginkan Reina sejak kecil mengikuti jejak ibunda tercinta, yaitu ibu Cherry L. Hadikusumo. Reina giat mengikuti banyak sertifikasi agar dapat bekerja lebih maksimal. Reina aktif menulis cerita pendek (cerpen) sejak kecil dan memenangkan beberapa penghargaan. Saat ini, beberapa karya tulis telah dihasilkan Reina dengan tema seputar pendidikan, motivasi, dan musik. Selain menulis, Reina gemar bernyanyi sambil bermain piano ataupun gitar. Bakat bermain musik didapat Reina dari sang ayah, bapak Suryo Hadikusumo yang menguasai berbagai macam alat musik.

Saat berumur tujuh tahun Reina belajar piano klasik, kemudian belajar pula piano pop dan *jazz*. Kegemaran bermain musik membuat Reina menghasilkan beberapa karya lagu, di antaranya untuk universitas tempatnya bekerja yaitu Hymne Ika Ubaya, Mars Ika Ubaya, *Hymne* Politeknik Ubaya, Mars ADI Politeknik Ubaya, dan Ubaya Satu. Reina juga dipercaya menciptakan *Hymne* Pelita dan Mars Pelita (Perkumpulan Politeknik Swasta Indonesia). Reina memiliki motto hidup “Belajar dan Berkarya Sepanjang Masa”. Reina memiliki *channel* *YouTube* dan akun *LinkedIn* dengan nama dirinya sendiri, yaitu Reina A. Hadikusumo. Reina dapat dihubungi di alamat email reina_hadikusumo@yahoo.com.



BAB 5

MENGIDENTIFIKASI PELUANG USAHA DI LINGKUNGAN SEKITAR

Dr. Ir. Mochamad Heru Riza Chakim, M.M.
Universitas Raharja



Pendahuluan

Pendidikan kewirausahaan dipandang sebagai instrumen penting dalam membangun kapasitas generasi muda agar mampu bersikap mandiri, kreatif, inovatif, serta responsif terhadap dinamika perubahan sosial dan ekonomi di era kontemporer. Dalam perspektif pendidikan modern, kewirausahaan tidak semata-mata dimaknai sebagai aktivitas bisnis, melainkan sebagai proses pembentukan *mindset*, karakter produktif, dan kecakapan hidup yang relevan dengan tuntutan globalisasi. Salah satu kompetensi penting dalam kewirausahaan adalah kemampuan mengidentifikasi peluang usaha.

Kemampuan ini berkaitan dengan kepekaan individu dalam melihat kebutuhan masyarakat, memahami perubahan lingkungan, serta menemukan solusi yang dapat dikembangkan menjadi kegiatan ekonomi produktif. Peluang usaha dapat muncul dari berbagai aspek kehidupan, baik dari lingkungan sosial, perkembangan teknologi, kebutuhan pasar, maupun potensi lokal yang tersedia di masyarakat (Kuratko, 2021). Dalam dunia pendidikan, peserta didik perlu dibimbing untuk memahami bahwa peluang usaha tidak selalu berasal dari modal besar atau teknologi canggih. Banyak usaha sukses lahir dari ide sederhana yang mampu menjawab kebutuhan masyarakat secara efektif. Oleh karena itu, pendidikan kewirausahaan di sekolah perlu memberikan pengalaman belajar yang kontekstual dan berbasis praktik agar siswa mampu mengenali peluang usaha di lingkungan sekitarnya. Pembelajaran mengenai identifikasi peluang usaha juga memiliki peran penting dalam membangun jiwa *entrepreneur* pada peserta didik. Melalui proses pengamatan, analisis, dan eksplorasi lingkungan, siswa dapat belajar berpikir kreatif, kritis, dan solutif. Selain itu, kemampuan ini dapat membantu peserta didik memahami potensi diri dan potensi daerah sebagai sumber pengembangan usaha di masa depan.

Pengertian Peluang Usaha

Peluang usaha merupakan kesempatan yang dapat dimanfaatkan seseorang untuk menciptakan kegiatan ekonomi yang menghasilkan keuntungan dan memberikan nilai tambah bagi masyarakat. Dalam

konteks kewirausahaan, peluang usaha tidak hanya dipahami sebagai aktivitas jual beli semata, tetapi juga sebagai kemampuan individu dalam melihat kebutuhan, permasalahan, serta perubahan yang terjadi di lingkungan sekitar untuk kemudian diubah menjadi suatu produk atau jasa yang bernilai ekonomi.

Peluang usaha lahir dari adanya kebutuhan masyarakat yang belum terpenuhi secara optimal. Oleh karena itu, seorang wirausaha dituntut memiliki kepekaan terhadap kondisi sosial, ekonomi, budaya, maupun perkembangan teknologi. Kemampuan membaca peluang menjadi salah satu kompetensi utama dalam pendidikan kewirausahaan karena peserta didik perlu dibiasakan untuk berpikir kreatif, inovatif, dan solutif terhadap berbagai persoalan yang ada di sekitarnya (Bessant, John and Tidd, 2007; Drucker & Drucker, 2018; Hisrich *et al.*, 2020).

Dalam dunia pendidikan, pengenalan peluang usaha kepada peserta didik memiliki tujuan untuk membangun pola pikir entrepreneur sejak dini. Peserta didik diarahkan agar tidak hanya menjadi pencari kerja (*job seeker*), tetapi juga mampu menjadi pencipta lapangan kerja (*job creator*). Melalui pembelajaran kewirausahaan, siswa dapat belajar mengenali potensi diri, memahami kebutuhan pasar, serta mengembangkan ide usaha sederhana yang sesuai dengan lingkungan dan kemampuan yang dimiliki. Peluang usaha dapat muncul dari berbagai sumber, seperti hobi, pengalaman pribadi, kebutuhan masyarakat, perkembangan teknologi *digital*, maupun potensi sumber daya lokal. Misalnya, meningkatnya penggunaan media sosial dapat menjadi peluang usaha di bidang *digital marketing*, *content creator*, atau penjualan produk secara daring. Selain itu, potensi lokal seperti hasil pertanian, kerajinan daerah, dan kuliner khas juga dapat dikembangkan menjadi usaha yang bernilai ekonomi tinggi (He *et al.*, 2024). Menurut perspektif kewirausahaan modern, peluang usaha tidak selalu berkaitan dengan modal besar.

Penelitian mengenai entrepreneurship education menunjukkan bahwa kemampuan berpikir kreatif, inovatif, dan adaptif menjadi faktor penting dalam membangun minat dan kompetensi kewirausahaan peserta didik (Aysi *et al.*, 2024). Banyak usaha sukses

Daftar Pustaka

- Aysi, S. A. H., Susilaningsih, S., & Sabandi, M. (2024). The Implementation of Digital Entrepreneurship Learning in Higher Education: A Systematic Literature Review. *Pedagogia: Jurnal Pendidikan*. <https://doi.org/10.21070/pedagogia.v13i2.1692>.
- Bacq, S., Geoghegan, W., Josefy, M., Stevenson, R., & Williams, T. A. (2020). The COVID-19 Virtual Idea Blitz: Marshaling Social Entrepreneurship To Rapidly Respond To Urgent Grand Challenges. *Business Horizons*. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.05.002>.
- Bessant, John and Tidd, J. (2007). *Innovation And Entrepreneurship* (third 2015). Wiley.
- Drucker, P., & Drucker, P. F. (2018). Entrepreneurial Strategies. In *The Essential Drucker*. <https://doi.org/10.4324/9780080939322-12>.
- He, L., Zheng, L. J., Sharma, P., & Leung, T. Y. (2024). Entrepreneurship Education And Established Business Activities: An International Perspective. *International Journal of Management Education*. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100922>.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2020). *Entrepreneurship*. McGraw-Hill Education.
- Kuratko, D. F. (2021). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*. Cengage Learning.
- Kusumaningrum, A., Kusnendi, K., & Hardiana, D. (2022). Peran Persepsi Kontrol Perilaku dalam Memediasi Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Intensi Kewirausahaan Digital. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Budaya*. <https://doi.org/10.32884/ideas.v8i4.1053>.
- Liguori, E., & Winkler, C. (2020). From Offline To Online: Challenges And Opportunities For Entrepreneurship Education Following The COVID-19 Pandemic. In *Entrepreneurship Education And Pedagogy*. <https://doi.org/10.1177/2515127420916738>.
- Ndou, V., Mele, G., & Del Vecchio, P. (2022). Entrepreneurship Education In The Digital Era: Evidence From Higher Education

- Institutions. *Education Sciences*, 12(5), 325.
- Pritasari, O. K. (2024). The Effect Of Local Potential-Based Workshop And Entrepreneurship Learning In Increasing Entrepreneurial Interest. *Jurnal Pendidikan Vokasi*.
- Rastanura, R. A., & Milala, S. (2025). The Role Of Biologically Based Entrepreneurship Education And Local Potential In Students: Entrepreneurial Interest, Economy, Culture, Regional Image, And Environmental Conservation-Literature Review. *The Fifth International Conference on Innovations Social Sciences Education And Engineering*, 5, 176–176. <https://conference.loupiasconference.org/index.php/ICoISSEE-5/article/view/830>.
- Ratten, V. (2023). Digital Platforms And Entrepreneurship Education: Implications For Students And Educators. *International Journal of Management Education*, 21(2), 100771.
- Tiberius, V., Weyland, M., & Borchardt, M. (2021). Toward A Business Model Framework For Entrepreneurship Education. *Journal of Entrepreneurship Education*, 24(3), 1–15.
- Uy, M. A., Sun, S., & Foo, M. D. (2021). Affect Spin, Entrepreneurs' Well-Being, And Venture Goal Progress: The Moderating Role of Resilience. *Journal of Business Venturing*, 36(2), 106090.
- Zupan, B., Cankar, F., & Cankar, S. S. (2023). Entrepreneurship Education And Creativity Development In Secondary Schools. *Sustainability*, 15(7), 5921.
- Zvarych, I., Kalaur, S., & Pryshlyak, O. (2024). Innovative Approaches In Entrepreneurship Education For The Digital Generation. *Journal of Education Culture and Society*, 15(1), 88–102

PROFIL PENULIS



Dr. Ir. Mochamad Heru Riza Chakim, M.M.

Ketertarikan penulis terhadap “Pendidikan Kewirausahaan Di Sekolah” diawali dari pemahaman bahwa pendidikan kewirausahaan dipandang sebagai instrumen penting dalam membangun kapasitas generasi muda agar mampu bersikap mandiri, kreatif, inovatif, serta responsif terhadap dinamika perubahan sosial dan ekonomi di era kontemporer. Dalam perspektif pendidikan modern, kewirausahaan tidak semata-mata dimaknai sebagai aktivitas bisnis, melainkan sebagai proses pembentukan *mindset*, karakter produktif, dan kecakapan hidup yang relevan dengan tuntutan globalisasi. Pada saat sekolah SD Negeri Sultan Agung Ponorogo lulus tahun 1973.

Tahun 1975 lulus dari SMP Negeri 1 Ponorogo dan tahun 1979 lulus dari SMA Negeri I Ponorogo. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi dan berhasil menyelesaikan studi S1 di prodi Teknik Kimia Institut Teknologi Bandung 1985. Kemudian melanjutkan pendidikan Magister Manajemen di prodi Magister Bisnis Administrasi Teknologi Institut Teknologi Bandung lulus tahun 1999, sesuai harapan saya di bidang manajemen serta pendidikan doktoral di prodi Bisnis Administrasi Universitas Padjadjaran lulus tahun 2021.

PT SUCOFINDO (Persero) dibidang jasa yang sangat tergantung pada SDM yang kompeten. Saat ini penulis juga mengelola Yayasan Sosial Abdul Chakim yang bergerak di bidang Pendidikan dan Sosial, Ketua Dewan Pengurus Nasional (DPN) Asosiasi Perguruan Tinggi Manajemen Retail Indonesia (APTMRI), Dewan Pembina Asosiasi Dosen Indonesia (ADI), Staf Ahli Pimpinan Universitas Raharja, Asesor LSP Kimia Industri serta menjadi Ketua Bidang Pendidikan di Yayasan Masjid As Sajadah, dosen di Universitas Raharja dan Universitas Padjadjaran. Penulis aktif melakukan penelitian dan juga diterbitkan pada jurnal nasional maupun internasional. Email Penulis: heruriza11@gmail.com.



BAB 6

MEMAHAMI PASAR DAN TARGET KONSUMEN

Harian Syaputra, S.M., M.M.
Universitas Raharja



Pendahuluan

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia tidak dapat terlepas dari aktivitas ekonomi. Setiap orang memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi, baik kebutuhan pangan, sandang, pendidikan, maupun jasa lainnya. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut diperlukan suatu sistem yang menghubungkan penjual dan pembeli, yaitu pasar. Perkembangan zaman menyebabkan konsep pasar mengalami perubahan. Dahulu pasar identik dengan tempat fisik seperti pasar tradisional. Saat ini pasar telah berkembang menjadi pasar modern dan pasar digital yang dapat diakses melalui internet. Perubahan ini mempengaruhi pola konsumsi masyarakat dan membuka peluang baru dalam dunia kewirausahaan.

Dalam bidang pendidikan, pasar juga memiliki peran penting. Lembaga pendidikan, kursus, pelatihan, dan berbagai usaha berbasis pendidikan membutuhkan pemahaman tentang pasar agar mampu menyediakan layanan sesuai kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, pemahaman tentang pasar menjadi salah satu dasar utama dalam ilmu kewirausahaan pendidikan. Menurut Philip Kotler dalam buku *Marketing Management* tahun 2002, pasar adalah: “sekumpulan pembeli aktual dan pembeli potensial dari suatu produk atau jasa.” Definisi ini menjelaskan bahwa pasar tidak hanya terdiri atas pembeli yang sudah melakukan transaksi, tetapi juga calon konsumen yang memiliki kebutuhan dan kemampuan untuk membeli suatu produk atau jasa. Menurut William J. Stanton dalam buku *Fundamentals of Marketing* tahun 1984, pasar adalah: “orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja, dan kemauan untuk membelanjakannya.” Menurut N. Gregory Mankiw dalam buku *Principles of Economics* tahun 2007, pasar adalah: “sekumpulan pembeli dan penjual dari suatu barang atau jasa tertentu.” Definisi ini menjelaskan bahwa pasar merupakan tempat interaksi antara pihak yang menawarkan barang/jasa dan pihak yang membutuhkan barang/jasa. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) edisi tahun 2016, pasar adalah: “tempat orang berjual beli.” Definisi ini menggambarkan pasar dalam arti umum sebagai tempat berlangsungnya aktivitas perdagangan antara penjual dan pembeli. Pengertian pasar dalam kewirausahaan: pasar merupakan salah satu unsur penting dalam kegiatan ekonomi dan kewirausahaan.

Secara umum, pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi barang maupun jasa. Namun dalam perkembangan ekonomi modern, pasar tidak selalu berbentuk tempat fisik. Dalam kewirausahaan, pasar menjadi sasaran utama kegiatan usaha. Seorang wirausaha harus memahami kondisi pasar agar produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Tanpa adanya pasar, kegiatan usaha akan sulit berkembang karena tidak ada proses pertukaran barang dan jasa. Pasar juga menjadi sumber informasi bagi pelaku usaha. Melalui pasar, seorang wirausaha dapat mengetahui kebutuhan masyarakat, tingkat persaingan, harga produk, hingga peluang usaha yang dapat dikembangkan. Dalam dunia pendidikan, pasar dapat berupa masyarakat yang membutuhkan layanan pendidikan seperti sekolah, kursus, pelatihan, maupun pembelajaran berbasis *digital*.

Fungsi Pasar Bagi Kegiatan Usaha

Pasar merupakan komponen penting dalam kegiatan usaha karena menjadi tempat bertemunya produsen dan konsumen untuk melakukan transaksi barang dan jasa. Bagi pelaku usaha, pasar tidak hanya berfungsi sebagai tempat penjualan produk, tetapi juga sebagai sumber informasi, sarana promosi, dan penentu keberlangsungan bisnis. Keberadaan pasar memungkinkan perusahaan memahami kebutuhan konsumen, mengembangkan produk, serta memperoleh keuntungan yang menjadi tujuan utama kegiatan usaha. Menurut Kotler dan Armstrong (2021), pasar adalah sekumpulan pembeli aktual dan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu serta kemampuan untuk melakukan pertukaran guna memenuhi kebutuhan tersebut. Dalam perspektif bisnis, pasar menjadi lingkungan utama yang menentukan keberhasilan suatu usaha. Pasar juga memiliki peranan vital dalam kegiatan usaha karena menjadi tempat berlangsungnya aktivitas ekonomi antara penjual dan pembeli. Dalam dunia kewirausahaan, pasar bukan hanya tempat transaksi, tetapi juga sarana memperoleh informasi dan peluang usaha. Berikut ini beberapa fungsi pasar bagi kegiatan usaha:

Daftar Pustaka

- Aaker, D. A. (2013). *Strategic Market Management*. Wiley.
- Adrian Payne. (2006). *Handbook of CRM: Achieving Excellence In Customer Management*. Butterworth-Heinemann.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik E-Commerce Indonesia*. Jakarta.
- Basu Swastha. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising And Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. McGraw-Hill.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing*. Pearson.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation And Practice*. Pearson Education Limited.
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2021). *Modul Kewirausahaan Pendidikan*. Jakarta: Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.
- Kotler, & Armstrong. (2021). *Principles of Marketing (18th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Mankiw. (2018). *Principles of Economics (8th ed.)*. Boston: Cengage Learning.
- Philip Kotler, & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Rambat Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Stanton, W. J. (2012). *Fundamentals of Marketing*. McGraw-Hill.
- Sukirno. (2019). *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Remaja Rosdakarya

William J. Stanton. (1984). *Fundamentals of Marketing*.

Zimmerer. (2008). *Essentials of Entrepreneurship And Small Business Management*. New Jersey: Pearson Education.

PROFIL PENULIS



Harian Syaputra., S.M., M.M.

Buku ini adalah buku Ke Delapan yang saya tulis bersama dengan TIM penulis buku bidang Ekonomi di Penerbit Sada Pustaka, Harian Syaputra, S.M., M.M. Lulus S1 Fakultas Ekonomi (FEB) STIE Banten 2017 dan menyelesaikan Program Studi Magister Manajemen S2 di Fakultas Ekonomi (FEB) Universitas Muhammadiyah Tangerang 2020, Dosen Tetap di FEB Universitas Raharja Tangerang sejak September 2021 hingga sekarang, mengampu Mata Kuliah Kewirausahaan, Manajemen Pemasaran dan Manajemen Operasi. Aktif menulis di beberapa Jurnal Nasional dan Internasional dan juga menjadi Narasumber Pembicara di seminar-seminar. Menjadi Sales Eksekutif PT Astra International Daihatsu 2017 sampai 2020. Menjadi Sales Eksekutif PT Pradhana Raya Mobilindo Daihatsu 2021 sampai 2023. *Supervisor Marketing* Daihatsu di PT. Pradhana Raya Mobilindo tahun 2024 sd Agustus 2025. Manajer *Aviax Academy* di bandara Soekarno Hatta.

Email penulis: harian.syaputra@raharja.info.



BAB 7

MENYUSUN RENCANA BISNIS SEDERHANA (*BUSINESS PLAN*)

Diana Pebriani Daulay, S.TP., M.P.
Universitas Jambi



Pendahuluan: Mengapa Rencana Bisnis Penting?

Pada dunia kewirausahaan, ide bisnis yang menjanjikan belum tentu dapat diwujudkan menjadi usaha yang menguntungkan tanpa perencanaan yang sistematis dan komprehensif. Sebagian besar kegagalan usaha baru tidak disebabkan oleh kualitas produk yang buruk, melainkan oleh kurangnya kematangan dalam merancang strategi manajemen bisnis. Oleh karena itu, setiap calon wirausahawan harus memiliki keterampilan untuk menyusun rencana bisnis. Rencana bisnis adalah dokumen formal yang menguraikan visi dan tujuan bisnis, taktik dan strategi yang diterapkan untuk mencapai tujuan tersebut, serta berbagai elemen penting yang mencakup aspek operasional, pemasaran, manajemen sumber daya manusia, dan keuangan bisnis. Melalui dokumen rencana bisnis, seorang wirausahawan dapat memetakan setiap langkah strategis yang harus diambil sehingga bisnis dapat dijalankan dengan cara yang lebih terstruktur dan terukur. Kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai proses mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang bisnis melalui penciptaan produk atau layanan yang memberikan nilai tambah bagi masyarakat. Pendidikan kewirausahaan bertujuan tidak hanya untuk memberikan panduan tentang cara memulai bisnis, tetapi juga untuk mengembangkan kompetensi siswa dalam mengenali peluang bisnis, mengambil keputusan yang tepat, serta mengelola sumber daya secara efektif dan efisien. Salah satu kompetensi mendasar yang harus dikuasai oleh calon wirausahawan adalah kemampuan untuk menyusun rencana bisnis. Melalui proses penyusunan rencana bisnis, siswa dapat belajar bagaimana mengintegrasikan berbagai aspek termasuk pemasaran, produksi, keuangan, dan manajemen ke dalam perencanaan bisnis yang sistematis dan terstruktur (Supriyanto, 2009). Bagi siswa, kemampuan menyusun rencana bisnis merupakan keterampilan mendasar yang sangat penting untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan sejak dini. Dengan memahami konsep dan metode penyusunan rencana bisnis secara sederhana, siswa dapat dilatih untuk mengidentifikasi peluang bisnis yang potensial, menganalisis permintaan pasar, menghitung modal yang dibutuhkan, dan memproyeksikan tingkat keuntungan yang dapat dicapai.

Definisi Rencana Bisnis

Rencana bisnis adalah dokumen resmi yang memberikan gambaran menyeluruh mengenai usaha yang diusulkan, mencakup konsep bisnis, produk atau layanan yang ditawarkan, strategi pemasaran, manajemen operasional, serta proyeksi kinerja keuangan. Menurut Scarborough dan Cornwall (2019), rencana bisnis berfungsi sebagai peta jalan strategis yang menguraikan bagaimana sebuah bisnis akan didirikan, dioperasikan, dan dikembangkan secara sistematis. Seperti yang ditekankan oleh Kuratko (2021), rencana bisnis memungkinkan wirausahawan untuk memitigasi risiko melalui proses perencanaan yang terstruktur dan komprehensif. Rencana bisnis dapat diibaratkan sebagai peta dan kompas yang memandu para wirausahawan dalam menentukan arah perusahaan secara lebih terstruktur dan terukur (Supriyanto, 2009). Selain itu, rencana bisnis berfungsi sebagai alat komunikasi yang dapat digunakan untuk mempresentasikan konsep bisnis kepada investor, lembaga keuangan, dan pemangku kepentingan lainnya. Dalam konteks pendidikan kewirausahaan, menyusun rencana bisnis juga merupakan alat pembelajaran yang sangat efektif karena memungkinkan peserta didik mengintegrasikan berbagai pengetahuan dan keterampilan dari disiplin ilmu terkait, seperti pemasaran, keuangan, akuntansi, operasional, dan manajemen sumber daya manusia (Zimmerman, 2021). Dengan adanya rencana bisnis, seorang wirausahawan dapat:

1. Menentukan arah dan tujuan usaha.
2. Mengidentifikasi peluang dan tantangan bisnis.
3. Mengurangi risiko kegagalan usaha.
4. Menjadi pedoman dalam pengambilan keputusan.
5. Memudahkan pencarian sumber pendanaan atau investor.

Manfaat Rencana Bisnis

Menurut Zimmerman (2021), menyusun rencana bisnis menawarkan berbagai manfaat bagi calon wirausahawan. Pertama, rencana bisnis membantu mengurangi ketidakpastian dengan mengidentifikasi peluang dan mengevaluasi risiko bisnis secara sistematis. Kedua, rencana bisnis berfungsi sebagai panduan strategis dalam pengambilan keputusan, sehingga operasional bisnis dapat dijalankan dengan cara yang lebih terstruktur dan terfokus. Ketiga, rencana bisnis

Daftar Pustaka

- Isnaini Rokhmawati, Tinus, A., & Wurianto, A. B. (2025). *Implementation of Entrepreneurship Education Through Business Plan For Student Character Building. Jurnal Eduscience.*
- Kuratko, D. F. (2021). *Entrepreneurship: Theory, Process, And Practice (11th ed.)*. Cengage Learning.
- Rina, L. (2023). Business Plan For Shaping Students' Entrepreneurship Character And Competence. *Dinamika Pendidikan*, 18(1).
- Sagala, P. M. (2023). Analisis Pentingnya Perencanaan dan Pengembangan Bisnis Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Karya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 540–545.
- Scarborough, N. M., & Cornwall, J. R. (2019). *Essentials of Entrepreneurship And Small Business Management (9th ed.)*. Pearson Education.
- Setiarini, E. S. (2013). Business Plan Sebagai Implementasi Kewirausahaan Pada Pembelajaran Ekonomi di SMA. *Dinamika Pendidikan*.
- Shodiqin, S., Slamet, A., & Kardoyo. (2017). Upaya Penanaman Nilai Kewirausahaan Berani Mengambil Risiko Melalui Pembelajaran Berbasis Business Plan Pada Siswa SMK. *Journal of Economic Education*.
- Stewart, D., & Simmons, M. (2010). *The Business Playground: Where Creativity And Commerce Collide*. New Riders Press.
- Supriyanto. (2009). Business Plan Sebagai Langkah Awal Memulai Usaha. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 6(1). <https://doi.org/10.21831/jep.v6i1.590>.
- Zimmerman, J. (2012). Using Business Plans For Teaching Entrepreneurship. *American Journal of Business Education*, 5(6), 727–742.

PROFIL PENULIS



Diana Pebriani Daulay, S.TP., M.P.

Penulis bersekolah di SMA Negeri 1 Batang Angkola dan menempuh belajar selama 3 tahun dan lulus pada tahun 2013. Dengan bekal nasehat kedua orangtuanya penulis melanjutkan pendidikan dan berhasil menyelesaikan studi S1 di prodi Pertanian Universitas Andalas Padang pada tahun 2017. Setelah lulus langsung melanjutkan studi S2 dan penulis menyelesaikan studi S2 di prodi Teknik Pertanian Program Pasca Sarjana Universitas Andalas Padang pada tahun 2019. Penulis memiliki kepakaran dibidang Keteknikan Pertanian (Pascapanen dan Mekanisasi Pertanian). Dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti di bidang kepakarannya tersebut.

Beberapa penelitian dan pengabdian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga Kemenristek DIKTI. Selain itu penulis juga mengikuti pelatihan-pelatihan salah satunya tentang Kewirausahaan yang menjadi awal penulis mengajar mata kuliah kewirausahaan. Ketertarikan penulis dalam dunia usaha menjadikan penulis ingin menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini.

Email Penulis: dianapebrianudly@unja.ac.id.



BAB 8

ANALISA BIAYA HARGA POKOK PENJUALAN DAN HARGA JUAL

Heri Hermawan, S.Sos., M.M.
Tutor Online Universitas Terbuka

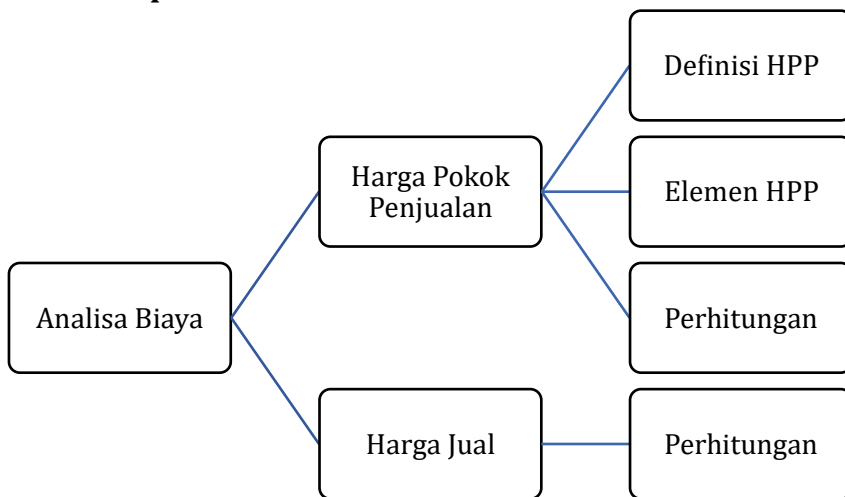


Pendahuluan

Kegiatan usaha yang berbentuk usaha kecil dan menengah merupakan pelaku ekonomi yang mampu menggerakkan roda perekonomian rakyat menjadi lebih signifikan dan meningkatkan pertumbuhan dan memperkuat stabilitas ekonomi negara. Sebagai salah satu kegiatan usaha rakyat UMKM tidak luput dari tekanan persaingan selayaknya dunia usaha. Persaingan yang ketat membuat usaha UMKM mengalami naik turun arus kas perusahaan dan tidak jarang harus menghadapi pilihan gulung tikar atau kebangkrutan. Berbagai strategi di diterapkan untuk sekedar bertahan dalam roda bisnis yang terus berputar.

Strategi bisnis merupakan tindakan perusahaan agar arus kas tetap dapat menutupi pengeluaran rutin atau operasional dan juga meningkatkan pendapatan. Salah satu strategi menghadapi persaingan adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola biaya operasional. Pengelolaan biaya yang baik dan komprehensif akan membantu perusahaan dalam meningkatkan optimalisasi keuntungan. Salah satu tujuan pengelolaan biaya yang signifikan adalah penentuan Harga Pokok Penjualan karena akan menentukan harga jual produk yang akan dijual ke konsumen/pasar. Jika harga jual sesuai dengan daya beli atau preferensi konsumen maka produk sukses dipasar. Di pasar menjadi preferensi pelanggan atau pembeli dalam menentukan keputusan pembelian. Analisa biaya menjadi penting bagi perusahaan agar bisa mengontrol atau mengelola penggunaan biaya secara efisien dan optimal sehingga dapat membentuk harga jual yang mampu terserap oleh pasar.

Peta Konsep Pembahasan Materi



Gambar 8.1: Peta Konsep Pembahasan Materi

Sumber: Diolah Penulis.

Pengertian Biaya

Kegiatan usaha tidak terlepas dari peran biaya dalam kegiatan operasi guna mendapatkan *income* atau penghasilan bagi perusahaan yang sesuai dengan tujuan perusahaan itu sendiri. Pemahaman mengenai biaya menjadi dasar dalam mengelola biaya untuk kegiatan usaha. Mengelola biaya berarti bagaimana pengeluaran sumber daya ekonomi sesuai dengan target anggaran atau meminimalkan variasi biaya yang dianggarkan terhadap realisasi anggarannya. Berikut diuraikan beberapa pengertian tentang biaya yang dapat dijelaskan berikut ini:

1. Mulyadi (2018)

Mulyadi mengartikan biaya menjadi dua bagian makna biaya dalam arti sempit dan makna dalam arti luas:

- Pengertian biaya secara sempit yaitu biaya merupakan sejumlah pengeluaran dari berbagai sumber daya ekonomi untuk mendapatkan sejumlah aset.
- Pengertian biaya secara luas yaitu penggunaan sumber daya ekonomi untuk tujuan tertentu yakni keuntungan maksimal baik masa sekarang maupun masa yang akan datang.

Daftar Pustaka

- Agus Purwaji dkk. (2016). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Anggreani, S., Gede, I., & Adnyana, S. (2020). *Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Pada UKM Tahu Anugrah*.
- Bastian Bustami & Nurlela. (2018). *Akuntansi Biaya: Kajian Teori dan Aplikasi. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hansen dan Mowen. (2009). *Akuntansi Manajerial. Buku 1 edisi 8*. Jakarta: Salemba Empat.
- <https://accurate.id/akuntansi/cara-menghitung-hpp/>.
- https://e-journal.uajy.ac.id/26382/3/17%2004%2023438_2.pdf.
- <https://www.sterling-team.com/news/cara-menghitung-harga-jual-dengan-benar/>.
- Kotler, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mulyadi. (2018). *Akuntansi Biaya. Cetakan 15, 5*. Yogyakarta: YKPN.
- Natasya Fitriyani, B., & Roy, A. P. (2024). Analisis Perhitungan Harga Pokok Penjualan dan Harga Pokok Produksi Dalam Meningkatkan Laba Pada Regina Florist Medan. *Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (Jebma)*.
- Novie, et al. (2022). *Manajemen Sebagai Seni dan Ilmu Perencanaan*. Jakarta: Penerbit Musytari.
- Santoso, et al. (2023). *Manajemen Investasi dan Portofolio*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Supriyono, R. A. (2011). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: BPFE.

PROFIL PENULIS



Heri Hermawan, S.Sos, M.M.

Penulis lahir di Pangkalan Berandan, 7 Februari 1972, Sumatera Utara. Penulis menyelesaikan pendidikan dasar sampai dengan sekolah menengah atas di Pangkalan Brandan. Pada tahun 1990 penulis melanjutkan studi S1 di Universitas Indonesia, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik program studi Ilmu Administrasi Niaga. Setelah menyelesaikan pendidikan S1 tahun 1995, penulis bekerja di salah satu industri rumah makan cepat saji *MC Donalds* Indonesia sebagai *Store Manager*. Pada tahun 2002 penulis melanjutkan pendidikan pascasarjana S2 di Universitas Katolik Atmajaya mengambil program Magister Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Keuangan. Pada tahun 2018 penulis mulai aktif di dunia pendidikan dan mengajar di berbagai Sekolah Menengah Kejuruan pada program keahlian Akuntansi dan Keuangan Lembaga. Sampai saat ini penulis masih aktif mengajar di Sekolah Menengah Kejuruan dan juga sebagai Tutor *Online* di Universitas Terbuka Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Penulis dapat dihubungi lewat email rilis.kintoy@gmail.com.



BAB 9

SUMBER DAYA DAN MODAL USAHA SISWA

Ahmad Choirul Maarif, M.Pd.
Sekolah Anak Terang



Pendahuluan

Pendidikan pada era modern ini harus benar berkembang tidak hanya fokus pada pencapaian akademik siswa, pengembangan keterampilan hidup dan jiwa kewirausahaan perlu ditanamkan dalam diri siswa untuk dapat survive. Pendidikan kewirausahaan menjadi salah satu aspek penting dalam membentuk generasi muda yang kreatif, inovatif dan mampu menghadapi tantangan ekonomi di kemudian hari (Wibowo, 2011). Pendidikan pada Tingkat Sekolah Menengah Kejuruan merupakan Lembaga yang didesain pada pembentukan siswa yang harus siap kepada dunia kerja atau bahkan mampu berusaha menjadi seorang Pelaku Kreasi dan wirausaha kreatif.

Pusat Prestasi Nasional baru-baru ini membuka kembali sebuah festival inovasi dan kewirausahaan siswa nasional wadah dan apresiasi buat pelaku kreatif untuk menunjukkan inovasi yang mereka tuangkan dalam bentuk karya (Pusat Prestasi Nasional), kemudian dukungan dari kemendikdasmen dalam mewujudkan output generasi yang siap dan mampu bersaing di dunia kreatif dengan bantuan program Proyek Kreatif Kewirausahaan (PKK) kepada sekolah untuk melakukan riset hingga melakukan pameran karya (Kemendikdasmen), selain itu bagaimana sinergi dari perbankan dan swasta dalam mendukung terciptanya ekosistem bisnis pelajar melalui inkubasi khusus bagi para pelajar (*iNews* 16/11/25). Apresiasi ini ternyata masih memiliki gap dalam implementasi, kreatifitas siswa yang melimpah belum mampu dituangkan secara maksimal atau terhalang dalam kemampuan siswa dalam mengelola suatu usaha kreatif, ataupun keterbatasan siswa dalam akses sumber daya. Keterbatasan ini akhirnya menghambat ruang gerak kreativitas siswa dalam berwirausaha. Dalam praktiknya masih banyak dalam menjalankan usaha siswa-siswa merasakan kesulitan, kekurangan modal kurangnya pengetahuan akan kewirausahaan, hingga minimnya pengalaman bisnis serta ketidakmampuan dalam mengelola sumber daya usaha itu. Menurut Alma (2018:24), Keberhasilan usaha sangat dipengaruhi oleh kemampuan seorang dalam mengelola sumber daya secara efektif dan efisien. Dalam hal ini mengapa penting pembahasan terkait Sumber Daya dan Modal, dari tulisan ini semoga menjadi salah

satu alat bagi siswa untuk menghancurkan *gap* yang menghambat kreativitas mereka dalam berwirausaha, kemudian membangun dan memotivasi siswa sebagai pelaku kreatif, membantu para siswa memahami apa itu sebuah modal dan sumber daya yang menjadi penyokong suatu usaha.

Pengertian Sumber Daya dan Modal Usaha

Dalam aktivitas manajemen bisnis atau usaha Sumber daya menjadi salah satu aspek yang diperhatikan dan dikelola. Harold Koonst dan Cyril O Donnel yang dikutip Oleh dikdik *“Management is getting thing trough people, in bringing about this coordinating a group activity. The manager plans, organizes, staff and control the activities other people”*. Kalimat tebal diatas dapat dipahami bahwa seorang manajer merencanakan mengorganisasikan para *staff* (pekerja) dan mengatur setiap aktivitasnya dalam menjalankan usaha.

Staff people merupakan salah satu dari pada sumber daya yang dibutuhkan dalam sebuah usaha. Pendapat *Paul Hersey & Ken Blanchard:*” Manajemen adalah proses kerjasama dengan dan melalui orang-orang dan kelompok untuk mencapai tujuan organisasi.” Menguatkan kita bahwa untuk Mencapai suatu tujuan dalam usaha memerlukan suatu sumber daya (Dikdik 114:2015). Artinya Sumber daya ini adalah unsur yang harus digunakan, dikelola sebaik mungkin untuk melancarkan suatu usaha. Mengenal unsur dalam menjalankan suatu usaha: terdapat istilah 6M dalam manajemen yang menjelaskan unsur yang harus dikelola wirausaha.

1. *Man* (Manusia)

Manusia merupakan unsur pertama sumber daya dalam bisnis/wirausaha, sebagai mind yang memunculkan ide kreatif, perencana, pengawas, dan pelaksana operasional usaha (Dikdik, 115:15). Penting untuk memilih SDM yang tepat, mulai dari kemampuan, posisi yang diperlukan, hingga jumlah yang sesuai. Sumber daya manusia merupakan unsur paling penting berjalan nya suatu usaha. Pada usaha-usaha yang melibatkan banyak sumber daya manusia pengelolaan sumber daya ini haruslah tepat sasaran, dan sesuai kebutuhan, namun dalam usaha kreatif yang

Daftar Pustaka

Alma, B. (2018). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.

Arfan Ikhsan, Kewirausahaan
<https://repository.unimal.ac.id/2062/1/BUKU%20KEWIRAUSAHAAN%20edit%20a.pdf>.

Bukit, Benjamin, Tasman Malusa, dan Abdul Rahmat. 2017. *Pengembangan Sumber Daya Manusia: Teori, Dimensi Pengukuran, dan Implementasi Dalam Organisasi*. Yogyakarta: Zahir Publishing.

Drucker, P. F. (2015). *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper Business.

Harahap, K. (2024). *Strategi Bisnis: Pendekatan Teoritis Dalam Merancang Jalan Menuju Keberhasilan*. PT Media Penerbit Indonesia.

Harjadi, Dikdik, dan Dewi Fatmasari. (2015). *Pengantar Bisnis: Teori dan Konsep*. Kuningan: UNIKU Press.

Hendro. (2011). *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga.

Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship*. New York: McGraw-Hill Education.

<https://www.muf.co.id/edukasi-dan-literasi/jenis-jenis-modal-usaha-pahami-ragam-opsi-pendanaan-bisnis/>.

<https://www.qiscus.com/id/blog/literasi-digital/>.

Kasmir. (2016). *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.

Meredith, G. G. (2002). *Kewirausahaan: Teori dan Praktik*. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.

Salsabila, Fatin Nailatun, Fika Ayu Febriana, Fathurrohim, Noha Widyawati, dan Wilis Werdiningsih. (2025). Internalisasi Nilai Kewirausahaan dalam Pembelajaran IPS melalui Pemanfaatan Sumber Daya Alam di SMPN 1 Jenangan. Dalam *Prosiding Tadris Ilmu Pengetahuan Sosial UIN Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo*.

Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Supriatal, Supriatal, Rizky Maulana, and Rofiq Noorman Haryadi. (2025). Strategi Pengelolaan Sumber Daya untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing pada UMKM. *Dynamic: Jurnal Inovasi dan Dinamika Ekonomi* 1, no. 1.
- Suryana. (2014). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryaningsih, Yeni, dan Ipin Aripin. (2020). Ecopreneurship Memanfaatkan Sumber Daya Lokal Untuk Meningkatkan Minat Wirausaha dan Literasi Lingkungan. *Jurnal Pedagogi Hayati* 4, no. 2.
- Wibowo, A. (2011). *Pendidikan Kewirausahaan: Konsep dan Strategi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Winarno, Heru. (2017). Peran Modal Sosial dalam Membangun Perilaku Berwirausaha pada Mahasiswa melalui Pendidikan Kewirausahaan di Era MEA. Skripsi, Universitas Negeri Makassar. <https://eprints.unm.ac.id/5800/>.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2008). *Essentials of Entrepreneurship And Small Business Management*. New Jersey: Pearson Education.

PROFIL PENULIS



Ahmad Choirul Maarif, M.Pd.

Lahir di Lamongan pada 2 April 1995. Ia merupakan seorang pendidik dan praktisi pengembangan sumber daya manusia yang memiliki pengalaman lebih dari lima tahun di bidang pendidikan formal serta delapan tahun dalam pendidikan berbasis pengalaman (*experiential education*), seperti *outbound*, *team building*, dan pengembangan karakter. Penulis menyelesaikan pendidikan

Magister Manajemen Pendidikan Islam dan telah berkarir sebagai guru di berbagai lembaga pendidikan, di antaranya SMK Kebangsaan Tangerang Selatan, MI An Nahl Jakarta Barat, serta saat ini menjabat sebagai Kepala Sekolah SD Anak Terang Maja. Selain mengajar, ia juga pernah mengemban tugas sebagai wali kelas, Wakil Kepala Sekolah Bidang Kesiswaan, dan koordinator pembinaan kesiswaan.

Di luar dunia pendidikan, Ahmad Choirul Maarif merupakan pendiri *Adventure and Fun Organizer*, sebuah lembaga yang bergerak di bidang pelatihan, *outbound*, *team building*, dan penyelenggaraan berbagai kegiatan pengembangan diri bagi siswa, mahasiswa, maupun perusahaan. Melalui pengalaman tersebut, ia memiliki minat yang kuat pada bidang manajemen pendidikan, pengembangan kurikulum, pendidikan karakter, kepemimpinan, dan pemberdayaan sumber daya manusia.



BAB 10

PENGEMASAN

(*PACKAGING*) DAN

BRANDING UNTUK

PEMULA

Diean Arjuna D, S.Ds., M.Sn.
Universitas Mercu Buana



Brand: Sejarah dan Bagaimana Komunikasinya Bekerja?

Brand merupakan sekumpulan aset fisik dan non fisik dari produk atau lembaga yang bisa teridentifikasi keunikannya. Kata *brand* memiliki akar yang dapat dilacak pada bahasa Proto-Jermanik dan Norse Kuno melalui kata *brandr*, yang secara denotatif bermakna "terbakar" (*to burn*). Dalam praktik historisnya, konsep ini merujuk pada prosedur penandaan ternak melalui cap panas yang berfungsi sebagai penanda kepemilikan dalam sistem perekonomian pra-industri. Meskipun instrumen dan konteks penerapannya telah mengalami metamorfosis yang signifikan seiring evolusi sistem ekonomi global, fungsi fundamental merek sebagai instrumen identifikasi dan diferensiasi tetap konsisten: merek berfungsi untuk mengidentifikasi produsen atau penyedia layanan, sekaligus membedakan penawarannya dari entitas kompetitor dalam ekosistem pasar yang semakin kompleks. Aaker mendefinisikan merek sebagai *"a set of brand assets and liabilities linked to a brand its name and symbol that add to or subtract from the value provided by a product or service"* (Aaker & Equity, 1991). Definisi ini menempatkan merek sebagai aset yang kemudian dapat meningkatkan atau menurunkan nilai sebuah produk, dan bukan hanya sekadar label yang teridentifikasi.

Apa itu Merek?

Kata merek sering digunakan bergantian dengan logo atau nama perusahaan. Padahal ketiganya adalah hal yang cukup berbeda. Logo adalah simbol. Nama adalah label. Tetapi merek adalah sesuatu yang jauh lebih dalam: ia hidup di benak konsumen, bukan di atas kertas. Merujuk pada definisi yang dikemukakan oleh Aaker: *"the set of brand assets and liabilities linked to the brand, its name and symbols, that add to or subtract from the value provided by a product or service"* (Aaker & Equity, 1991) yang dimana merek bukan hanya apa yang Anda tampilkan, melainkan total persepsi yang terbentuk di benak konsumen yang mencakup kepercayaan, asosiasi emosional, hingga kesediaan mereka untuk membayar lebih. Wheeler kemudian menegaskan perspektif yang lebih praktis melalui konteks branding: yang merupakan proses terstruktur untuk membangun kesadaran dan memperluas loyalitas pelanggan (Wheeler & Meyerson, 2024).

Definisi ini kemudian menempatkan branding bukan sebagai aktivitas satu waktu, melainkan sebagai disiplin berkelanjutan yang memerlukan komitmen organisasi dari puncak hingga lini terdepan. Keller memperkaya pemahaman ini dari sudut pandang konsumen: merek adalah "*the differential effect of brand knowledge on consumer response to the marketing of the brand*" (Wheeler & Meyerson, 2024) yang berarti kekuatan suatu merek dapat diukur dari sejauh mana pengetahuan konsumen tentang merek tersebut dapat mempengaruhi cara mereka merespons produk, harga, iklan, dan distribusi baik positif maupun negatif.

Kepribadian merek salah satu kontribusi Aaker yang paling operasional adalah konsep Kepribadian Merek (*brand personality*), yakni merupakan seperangkat karakteristik manusiawi yang dilekatkan pada merek. Ia mengidentifikasi lima dimensi kepribadian merek yang berlaku lintas kategori produk dan budaya: *Sincerity* (jujur, hangat), *Excitement* (berani, imajinatif), *Competence* (terpercaya, cerdas), *Sophistication* (berkelas, mempesona), dan *Ruggedness* (tangguh, petualang) (Aaker, 1997). Dapat disimpulkan bahwa Kepribadian merek bukan sekadar atribut dekoratif, jauh daripada itu ia bisa menentukan pengayaan dalam *copywriting*, pilihan warna dan tipografi kemasan, jenis *influencer* yang cocok, hingga cara merek dapat merespons krisis di media sosial.

Branding yang Efektif dan Konsistensi Terhadap Merek

Berdasarkan data Wiser Notify pada tahun 2023 menunjukkan bahwa perusahaan yang menjaga konsistensi merek di seluruh saluran pemasaran mengalami peningkatan pendapatan sebesar 10–20% (Aye bale, 2025). Angka ini penting karena konsistensi adalah salah satu senjata paling terjangkau yang dimiliki merek karena masih berskala kecil, karena ia tidak membutuhkan anggaran besar, hanya membutuhkan disiplin dan visi yang jelas. Neumeier merumuskan prinsip ini dalam *The Brand Gap* (Neumeier, 2003). Merek yang kuat adalah merek yang dapat dikenali bahkan tanpa nama atau logonya, hanya dari warna, nada bicara, atau bentuk kemasannya saja. Inilah yang dimaksud dengan brand *coherence*, dimana setiap titik kontak konsumen berbicara dengan satu suara yang konsisten.

Daftar Pustaka

- Aaker, D. A., & Equity, M. B. (1991). *Capitalizing on The Value of a Brand Name*. New York, 28(1), 35-37.
- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of Brand Personality. *Journal of Marketing Research*, 34(3), 347-356.
- Ayebale, B. (2025). *The Impact of Social Media Advertising on Consumer Behaviour Across Different Product Categories*.
- Briand Decré, G., & Cloonan, C. (2019). A Touch of Gloss: Haptic Perception of Packaging And Consumers' Reactions. *Journal of Product & Brand Management*, 28(1), 117-132.
- Kapferer, J.-N. (2008). *The New Strategic Brand Management: Creating And Sustaining Brand Equity Long Term*. Kogan Page Publishers.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, And Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of marketing*, 57(1), 1-22.
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2013). *Packaging Design: Successful Product Branding From Concept To Shelf*. John Wiley & Sons.
- Liu, C., Samsudin, M. R., & Zou, Y. (2025). The Impact of Visual Elements of Packaging Design on Purchase Intention: Brand Experience As A Mediator In The Tea Bag Product Category. *Behavioral Sciences*, 15(2), 181.
- Neumeier, M. (2003). *Brand Gap-How To Bridge The Distance Between Business Strategy*. In: Sigongsa Inc., Seoul, Korea.
- Romeo-Arroyo, E., Jensen, H., Hunneman, A., & Velasco, C. (2023). Assessing The Influence of Packaging Design Symmetry, Curvature, And Mark on The Perception of Brand Premiumness. *International Journal of Gastronomy And Food Science*, 31, 100656.
- Silayoi, P., & Speece, M. (2007). The Importance of Packaging Attributes: A Conjoint Analysis Approach. *European Journal of Marketing*, 41(11/12), 1495-1517.
- Singh, S. (2006). Impact of Color on Marketing. *Management Decision*, 44(6), 783-789.
- Sutil-Martín, D. L., & Rienda-Gómez, J. J. (2020). The Influence of

- Unconscious Perceptual Processing on Decision-Making: A New Perspective From Cognitive Neuroscience Applied To Generation Z. *Frontiers in Psychology*, 11, 1728.
- Swasty, W., & Mustafa, M. (2022). Color on Food Packaging As Brand Visibility And Value Creation: A Systematic Review. *Global Journal of Business Social Sciences Review (GATR-GJBSSR)*, 10(4).
- Wang, H., Ab Gani, M. A. A., & Liu, C. (2023). Impact of Snack Food Packaging Design Characteristics on Consumer Purchase Decisions. *Sage Open*, 13(2), 21582440231167109.
- Wheeler, A., & Meyerson, R. (2024). *Designing Brand Identity: A Comprehensive Guide To The World of Brands And Branding*. John Wiley & Sons.
- Yao, F., Jin, X., Wu, B., Zhao, T., & Ma, T. (2021). Shape-Trait Consistency: The Matching Effect Of Consumer Power State And Shape Preference. *Frontiers in Psychology*, 12, 615647.

PROFIL PENULIS



Diean Arjuna D, S.Ds., M.Sn.

Ketertarikan penulis terhadap ilmu Desain dimulai pada tahun 2007 silam. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk masuk ke Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Indonesia Kota Bandung dengan memilih Jurusan Desain Komunikasi Visual dan berhasil lulus pada tahun 2011. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan Program Magister ke Sekolah Tinggi Seni Indonesia dan berhasil menyelesaikan studi di prodi Penciptaan Seni pada tahun 2013. Penulis memiliki kepakaran di bidang Desain Grafis dan Multimedia. 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.

Email Penulis: diean.arjuna@gmail.com.



BAB 11

ETIKA BISNIS DALAM KEWIRAUSAHAAN SISWA

Dr. Bayu Bambang Nurfauji, S.Pd., M.Pd., MCE.
Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung



Fondasi Etika Dalam Kewirausahaan

1. Pengertian Etika dan Moralitas Bisnis

Etika berasal dari kata Yunani *ethos* yang secara harfiah berarti karakter, kebiasaan, atau cara hidup. Dalam konteks filosofis, etika merupakan cabang ilmu filsafat yang membahas tentang moralitas, yaitu nilai-nilai tentang baik dan buruk, benar dan salah dalam perilaku manusia. Velasquez (2014) mendefinisikan etika sebagai disiplin ilmu yang mempelajari apa yang secara moral benar dan salah, baik dan buruk, serta bagaimana individu seharusnya bertindak dalam situasi tertentu.

Moralitas, di sisi lain, merujuk pada standar perilaku yang diterima oleh masyarakat atau kelompok tertentu sebagai pedoman hidup bersama. Etika bisnis kemudian lahir sebagai aplikasi prinsip-prinsip etis umum ke dalam konteks dunia usaha dan perdagangan. Menurut Ferrell *et al.* (2019), etika bisnis adalah penerapan nilai-nilai moral dan standar etis pada perilaku bisnis, mencakup keputusan individu, kebijakan organisasi, serta lingkungan bisnis secara luas. Dalam perspektif kewirausahaan pelajar, etika bisnis dapat dipahami sebagai seperangkat nilai, prinsip, dan standar perilaku yang harus dimiliki dan dipraktikkan oleh siswa dalam menjalankan kegiatan usaha mereka. Etika bisnis bukan sekadar aturan formal yang harus dipatuhi, melainkan internalisasi nilai-nilai kebenaran yang menjadi kompas moral dalam setiap pengambilan keputusan bisnis (Alma, 2021). "Etika dalam bisnis bukan tentang apa yang boleh kamu lakukan, melainkan tentang apa yang seharusnya kamu lakukan." Michael Josephson. Terdapat tiga pendekatan utama dalam etika bisnis yang perlu dipahami oleh wirausahawan muda. Pertama, pendekatan deontologis yang menekankan pada kewajiban moral dan aturan yang harus dipatuhi terlepas dari konsekuensinya. Kedua, pendekatan konsekuensialis atau utilitarianisme yang menilai tindakan berdasarkan dampak atau hasil yang ditimbulkan bagi sebanyak mungkin pihak. Ketiga, pendekatan *virtue ethics* yang berfokus pada pengembangan karakter dan kebajikan moral individu sebagai landasan tindakan etis (Beauchamp *et al.*, 2018).

2. Sejarah dan Perkembangan Etika Bisnis

Perkembangan etika bisnis sebagai disiplin ilmu yang berdiri sendiri baru mulai mendapat perhatian serius pada akhir abad ke-20. Meskipun demikian, persoalan etika dalam aktivitas perdagangan sesungguhnya telah ada sejak peradaban manusia pertama kali mengenal barter dan jual beli. Dalam sejarah peradaban Islam, misalnya, Nabi Muhammad SAW dikenal sebagai pedagang yang sangat menjunjung tinggi kejujuran dan amanah, sehingga mendapat julukan Al-Amin (yang dapat dipercaya) jauh sebelum kenabian beliau. Di era modern, kesadaran akan pentingnya etika bisnis tumbuh pesat seiring dengan berbagai skandal bisnis berskala besar yang mengguncang kepercayaan publik. Kasus Enron pada tahun 2001, *WorldCom* pada 2002, serta berbagai krisis keuangan global yang dipicu oleh praktik bisnis tidak etis mendorong lahirnya berbagai regulasi dan standar etika bisnis yang lebih ketat di seluruh dunia (Weaver, 2015). Di Indonesia, perhatian terhadap etika bisnis semakin menguat pasca reformasi 1998. Berbagai kasus Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme (KKN) yang terungkap mendorong pembenahan sistem bisnis nasional menuju praktik yang lebih transparan dan akuntabel. Munculnya gerakan bisnis hijau, ekonomi syariah, dan CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan manifestasi nyata dari semakin kuatnya tuntutan masyarakat terhadap praktik bisnis yang etis dan bertanggung jawab (Sunaryo, 2019).

3. Mengapa Etika Penting Bagi Wirausahawan Muda

Bagi wirausahawan muda, terutama pelajar yang baru memulai perjalanan bisnis mereka, pemahaman dan praktik etika bisnis memiliki signifikansi yang sangat fundamental. Setidaknya terdapat lima alasan mendasar mengapa etika bisnis menjadi pondasi yang tidak dapat diabaikan dalam membangun usaha. Pertama, etika bisnis membangun kepercayaan (trust) yang merupakan modal sosial paling berharga dalam bisnis. Wirausahawan yang dikenal jujur, transparan, dan bertanggung jawab akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari konsumen, mitra bisnis, investor, maupun masyarakat luas.

Daftar Pustaka

- Alma, B. (2021). *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum* (Edisi Revisi). Alfabeta.
- Beauchamp, T. L., Bowie, N. E., & Arnold, D. G. (2018). *Ethical Theory And Business* (10th ed.). Pearson Education.
- Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of The Businessman*. Harper & Row.
- Carroll, A. B., & Buchholtz, A. K. (2020). *Business And Society: Ethics, Sustainability, And Stakeholder Management* (10th ed.). Cengage Learning.
- Covey, S. M. R. (2006). *The Speed of Trust: The One Thing That Changes Everything*. Free Press.
- Drucker, P. F. (1994). *The Theory of The Business*. Harvard Business Review, 72(5), 95–104.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone Publishing.
- Ferrell, O. C., Fraedrich, J., & Ferrell, L. (2019). *Business Ethics: Ethical Decision Making And Cases* (12th ed.). Cengage Learning.
- Kemendikbud. (2022). *Panduan Proyek Penguatan Profil Pelajar Pancasila*. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia.
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. Van Nostrand.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press.
- Sunaryo, B. (2019). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam dan Implementasinya Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(2), 145–162. <https://doi.org/10.15408/aiq.v10i2.7714>.
- Suherman, E. (2010). *Desain Pembelajaran Kewirausahaan*. Alfabeta.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Velasquez, M. G. (2014). *Business Ethics: Concepts And Cases (7th ed.)*. Pearson Education.

Weaver, K. (2015). Business Ethics And The Global Economic Crisis. *Journal of Business Ethics*, 130(3), 609–623. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2249-6>.

PROFIL PENULIS



Dr. Bayu Bambang Nurfaulji, S.Pd., M.Pd., MCE.

Penulis lahir di Cianjur pada 3 Agustus 1995. Ia merupakan akademisi muda dan aktivis pendidikan yang tumbuh dalam lingkungan religius dan intelektual. Menyelesaikan pendidikan di SD Negeri Rancabango, MTsN 2 Cianjur, dan MAN 3 Cianjur, penulis kemudian meraih gelar Sarjana dan Magister Pendidikan Agama Islam di UIN Sunan Gunung Djati Bandung, serta menuntaskan Program Doktor Ilmu Pendidikan Islam di universitas yang sama pada tahun 2025. Penulis pernah menjabat sebagai Ketua Umum HMI Cabang Kabupaten Bandung 2019, Ketua Umum HMI Komisariat Tarbiyah 2016, Ketua Umum HMJ PAI 2015 dan Koordinator Wilayah BPL HMI Jawa Barat 2020. Dalam dunia profesional, penulis berpengalaman sebagai Konsultan Politik, Direktur Eksekutif Riset SIGMA Perspektif Indonesia, dan Koordinator Wilayah Jawa Barat di Lembaga Riset *Cyrus Network*. Kini, Dr. Bayu Bambang mengabdikan sebagai dosen di STAI Subang dan UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Penulis telah menulis sejumlah buku dan artikel ilmiah di jurnal nasional dan internasional dengan fokus pada pendidikan Islam, teknologi pembelajaran, dan moderasi beragama. Prinsip hidupnya: “yakin usaha sampai.”

Email Penulis: bayubambangnurfaulzi@uinsgd.ac.id



BAB 12

MENGATASI

TANTANGAN DAN

RISIKO KEGAGALAN

Agustinus Talindong, M.Pd., M.Th.

Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Jaya Palu



Pendahuluan

Kewirausahaan adalah bidang yang penuh dengan dinamika, di mana setiap langkah selalu diiringi oleh tantangan dan risiko. Penting bagi calon wirausahawan untuk memahami bahwa risiko adalah bagian tak terpisahkan dari proses membangun usaha. Dengan kesadaran ini, mereka dapat lebih siap menghadapi ketidakpastian dan mengembangkan strategi yang tepat untuk mengurangi dampak negatif yang mungkin muncul. Tantangan dalam kewirausahaan tidak hanya berupa persaingan pasar, tetapi juga keterbatasan modal, sumber daya manusia, dan perubahan teknologi. Memahami tantangan ini membantu wirausahawan untuk lebih realistis dalam merencanakan usaha serta lebih kreatif dalam mencari solusi.

Kesadaran akan risiko juga mendorong mereka untuk lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan bisnis. Kegagalan dalam kewirausahaan sering kali dianggap sebagai hal yang menakutkan. Namun, kegagalan sebenarnya adalah bagian dari proses belajar yang sangat berharga. Melalui kegagalan, wirausahawan dapat mengevaluasi strategi yang kurang tepat, memperbaiki kelemahan, dan menemukan pendekatan baru yang lebih efektif. Dengan demikian, kegagalan bukanlah akhir, melainkan batu loncatan menuju kesuksesan. Dalam konteks pendidikan, penting untuk menanamkan pemahaman bahwa kegagalan adalah pengalaman belajar. Siswa yang dilatih untuk menerima kegagalan dengan sikap positif akan lebih tangguh dalam menghadapi tantangan di masa depan. Hal ini membentuk mental yang kuat, di mana mereka tidak mudah menyerah ketika menghadapi kesulitan. Pembentukan mental tangguh di sekolah menjadi salah satu tujuan utama pendidikan kewirausahaan. Dengan menghadapi simulasi risiko dan tantangan, siswa belajar untuk berpikir kritis, mengambil keputusan, dan bertanggung jawab atas hasilnya. Proses ini melatih mereka untuk siap menghadapi dunia nyata yang penuh dengan ketidakpastian. Selain itu, pendidikan kewirausahaan di sekolah juga berfungsi sebagai sarana untuk menumbuhkan kreativitas dan inovasi. Siswa diajak untuk melihat peluang di balik tantangan, serta mengembangkan ide-ide baru yang dapat menjadi solusi bagi masalah yang mereka hadapi.

Dengan cara ini, mereka belajar bahwa setiap risiko selalu memiliki peluang yang bisa dimanfaatkan. Mental tangguh yang dibentuk melalui pendidikan kewirausahaan juga berperan dalam membangun karakter siswa. Mereka belajar untuk disiplin, berani mengambil risiko, dan tetap optimis meskipun menghadapi kegagalan. Karakter ini sangat penting untuk menghadapi dunia kerja maupun kehidupan sehari-hari. Memahami tantangan dan risiko dalam kewirausahaan, menerima kegagalan sebagai bagian dari proses belajar, serta membentuk mental tangguh siswa adalah fondasi penting dalam pendidikan modern. Dengan bekal ini, siswa tidak hanya siap menjadi wirausahawan, tetapi juga individu yang mampu menghadapi perubahan zaman dengan sikap positif dan penuh semangat.

Jenis Tantangan

Jenis tantangan dalam kehidupan maupun dunia usaha dapat muncul dari berbagai aspek yang mempengaruhi proses pencapaian tujuan. Tantangan pertama biasanya berasal dari faktor internal, seperti keterbatasan kemampuan, kurangnya pengalaman, atau lemahnya manajemen diri. Faktor internal ini sering kali menjadi hambatan utama yang harus diatasi dengan pengembangan diri, disiplin, dan peningkatan keterampilan (Sardiman, A.M., 2011). Selain faktor internal, terdapat pula tantangan eksternal yang datang dari lingkungan sekitar. Persaingan pasar, perubahan teknologi, dan kondisi ekonomi global merupakan contoh nyata tantangan eksternal. Tantangan ini menuntut individu maupun organisasi untuk lebih adaptif, kreatif, dan mampu membaca peluang di tengah perubahan yang terjadi. Jenis tantangan berikutnya adalah tantangan sosial dan budaya. Perbedaan nilai, norma, serta ekspektasi masyarakat dapat mempengaruhi cara seseorang atau organisasi menjalankan aktivitasnya.

Tantangan ini membutuhkan kemampuan komunikasi, empati, dan keterampilan membangun hubungan agar dapat menciptakan kerja sama yang harmonis (Slameto, 2010). Terakhir, terdapat tantangan moral dan etika yang berkaitan dengan pengambilan

Daftar Pustaka

- Atkinson, John W. (1957). Motivational Determinants of Risk-Taking Behavior, *Psychological Review. American Psychological Association*, Washington D.C., hlm. 359–372.
- Assauri, Sofjan. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Asch, Solomon E. (1951). Effects of Group Pressure Upon The Modification And Distortion of Judgments. In *Groups, Leadership And Men*, Carnegie Press, Pittsburgh.
- Ananiadou, Katerina & Claro, Magdalena. (2009). 21st Century Skills And Competences For New Millennium Learners In OECD Countries. *OECD Education Working Papers* No. 41, Paris: OECD Publishing.
- Brynjolfsson, Erik & McAfee, Andrew. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, And Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. New York: W.W. Norton & Company.
- Bandura, Albert. (1997). *Social Learning Theory*. New Jersey: Prentice Hall.
- Bandura, Albert. (1997), *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. New York: W.H. Freeman.
- Bruner, Jerome S. (1966). *Toward a Theory of Instruction*. Cambridge: Harvard University Press.
- Covey, Stephen R. (1989). *The 7 Habits of Highly Effective People*. New York: Free Press.
- Chesbrough, Henry. (2003). *Open Innovation: The New Imperative for Creating And Profiting From Technology*. Boston: Harvard Business School Press.
- Drucker, Peter F. (1954). *The Practice of Management*. New York: Harper & Row.
- Drucker, Peter F. (1967). *The Effective Executive*. New York: Harper & Row.
- Drucker, Peter F. (1999). *Management Challenges For The 21st Century*. New York: HarperBusiness.
- Deci, Edward L. & Ryan, Richard M. (1985). *Self-Determination Theory: Intrinsic Motivation And Self-Determination In Human Behavior*.

- New York: Springer.
- Dewey, John. (1938). *Experience and Education*. New York: Macmillan.
- Dweck, Carol S. (2006). *Mindset: The New Psychology of Success*. New York: Random House.
- Dewey, John. (1938). *Experience and Education*. New York: Macmillan.
- Djohanputro, Bramantyo. (2008). *Manajemen Risiko Korporat*. Jakarta: PPM.
- Darmawi, Herman. (2006). *Manajemen Risiko*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Elkington, John. (1997). *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford: Capstone Publishing.
- Ellis, Albert. (1962). *Reason And Emotion In Psychotherapy*. New York: Lyle Stuart.
- Festinger, Leon. (1954). *A Theory of Social Comparison Processes, Human Relations*. California: Stanford University.
- Goleman, Daniel. (1995). *Emotional Intelligence*. New York: Bantam Books.
- Gunarsa, Singgih D. (2008). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. BPK Gunung Mulia.
- Gurel, Emet & Tat, Merba. (2017). SWOT Analysis: A Theoretical Review. *The Journal of International Social Research*. Istanbul.
- Gardner, Howard. (1993). *Multiple Intelligences: The Theory In Practice*. New York: Basic Books.
- Hopkin, Paul. (2018). *Fundamentals of Risk Management*. London: Kogan Page.
- Hurlock, Elizabeth B. (1999). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Harahap, Sofyan Syafri. (2015). *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hardin, Laura E. (2019). *Problem-Solving Concepts And Theories*, New York: Routledge.
- Husnan, Suad. (2015). *Manajemen Keuangan: Teori dan Penerapan*. Yogyakarta: BPFE.
- Jonassen, David H. (2011). *Learning to Solve Complex Scientific*

- Problems*. New York: Routledge.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Kasmir. (2014). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kaplan, Robert S. & Mikes, Anette. (2012). *Managing Risks: A New Framework*. Boston: Harvard Business Review.
- Kolb, David A. (1984). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. New Jersey: Prentice Hall.
- Locke, Edwin A. & Latham, Gary P. (1990). *A Theory of Goal Setting and Task Performance*. New Jersey: Prentice Hall.
- McClelland, David C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton University Press.
- Marbun, B.N. (2010). *Manajemen Produksi Modern*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Macan, Therese H. (1994). Time Management: Test of a Process Model. *Journal of Applied Psychology American Psychological Association*. Washington D.C.
- Mayer, Richard E. (2010). *Problem Solving and Transfer, Dalam The Cambridge Handbook of Thinking And Reasoning*. Cambridge University Press.
- North, Douglass C. (1990). *Institutions, Institutional Change And Economic Performance*. Cambridge University Press.
- OECD. (2005). Definition and Selection of Competencies (DeSeCo): Theoretical And Conceptual Foundations. Paris: OECD Publishing.
- Porter, Michael E. (1985). *Competitive Advantage: Creating And Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Polya, George. (2004). (reprint). *How to Solve It: A New Aspect of Mathematical Method*. Princeton University Press.
- Piaget, Jean. (1970). *Genetic Epistemology*. New York: Columbia University Press.
- Robbins, Stephen P. & Judge, Timothy A. (2013). *Organizational*

- Behavior*. New Jersey: Pearson Education.
- Rivai, Veithzal. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Pers, Penerbit Lingkar Edukasi.
- Santrock, John W. (2007). *Educational Psychology*. New York: McGraw-Hill. Edisi Terjemahan Jakarta: Erlangga.
- Sutrisno. (2016). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Suryabrata, Sumadi. (2012). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Storey, David J. (1994). *Understanding The Small Business Sector*. London: Routledge.
- Sardiman, A.M. (2011). *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Schumpeter, Joseph A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Tambunan, Tulus T.H. (2012). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Unifying Education as Problem Solving. (2020). *Educational Philosophy and Theory*. London: Taylor & Francis.
- Vygotsky, Lev S. (1978). *Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes*. Cambridge: Harvard University Press.
- Winkel, W.S. (2009). *Psikologi Pengajaran*. Jakarta: Grasindo, Penerbit Lingkar Edukasi.
- Yusuf, Syamsu. (2012). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Zhang, Chuntong; Li, Wei; & Chen, Xia. (2025). Interdisciplinary Learning and Problem-Solving Skills Development, *Frontiers In Psychology*, Vol. 16, hlm. 1–12.

PROFIL PENULIS



Agustinus Talindong, M.Pd., M.Th.

Lahir di Tunggaling 1 Agustus 1983 Penulis memulai karir sebagai dosen pada Tahun 2012 di Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Jaya Palu pada Prodi Keperawatan dan aktif mengajar pada Prodi Kesehatan Masyarakat, dan Farmasi dengan Mata Kuliah Pendidikan Agama, Pancasila, Kewarganegaraan, Filsafat dan Logika, Etika dan Kode Etik Kesehatan, Etika dan Hukum Kesehatan, Sosiologi dan Antropologi Kesehatan, penulis menempuh Pendidikan Diploma Teologi di STTII Wera

Palu dan melanjutkan ke jenjang sarjana pada STTII Wera Palu di bidang Teologi berikutnya melanjutkan Pendidikan Magister di STTI IKAT Jakarta dengan jurusan Pendidikan Agama kemudian penulis melanjutkan Pendidikan Magister Teologi di STII Wera Palu. Penulis aktif melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi dalam Penelitian dan Pengabdian Masyarakat di bidang kesehatan serta menulis buku, selain sebagai dosen penulis mendapatkan tugas tambahan di bidang sarana dan prasarana sebagai koordinator di Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Jaya Palu dari Tahun 2004 sampai dengan sekarang.

Penulis aktif Pada Pengurus Provinsi Persatuan Sepak Takraw Indonesia (PSTI) Sulawesi Tengah sampai dengan sekarang dalam jabatan di Bidang Pertandingan dan sebagai Wasit Nasional, dan aktif dalam persatuan Olahraga *Teqball* Indonesia Provinsi Sulawesi Tengah dalam bidang pengembangan dan penelitian selain itu penulis aktif pada Persekutuan Mahasiswa Lentera sebagai ketua dan Kerukunan Pomenggonan sebagai wakil sekretaris dan Koordinator pengembangan SDM sampai dengan sekarang, dalam penulisan dan pembahasan bab tersebut masih jauh dari kesempurnaan olehnya itu penulis selalu mengharapkan masukan dan sarannya melalui Email yang tertera di bawah ini. Besar harapan dalam pengabdian sebagai dosen dimana menjunjung tinggi Tri Dharma Perguruan Tinggi serta mengabdikan pada Bangsa dan Negara serta memberikan yang terbaik bagi mahasiswa.

Email Penulis : agustinustalindong@gmail.com

BAB 13

PENGENALAN *E-*

***COMMERCE* DAN BISNIS**

DIGITAL UNTUK

PELAJAR SMA/SMK

Luthfia Fauzia Dewi Aryanti, S.Kom., M.TI.
Universitas Raharja



Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam dunia bisnis dan perdagangan. Kemajuan teknologi yang semakin pesat mendorong terjadinya transformasi digital yang mengubah cara masyarakat berinteraksi, bekerja, belajar, dan melakukan aktivitas ekonomi. Salah satu bentuk nyata dari transformasi tersebut adalah munculnya *electronic commerce* (*e-commerce*) dan bisnis *digital* yang memungkinkan aktivitas perdagangan dilakukan secara lebih efektif, efisien, cepat, dan tanpa batas geografis. Kehadiran internet telah mengubah paradigma bisnis tradisional menjadi bisnis berbasis teknologi yang mampu menjangkau konsumen dari berbagai wilayah bahkan lintas negara. Transformasi digital ini menjadi salah satu fenomena yang paling berpengaruh dalam perkembangan ekonomi global karena mampu menciptakan peluang baru bagi individu, organisasi, maupun perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnis (Laudon & Traver, 2024).

Sebelum era *digital* berkembang pesat, transaksi jual beli umumnya dilakukan secara langsung melalui pertemuan antara penjual dan pembeli di lokasi tertentu. Pelanggan harus datang ke toko untuk melihat produk, melakukan pembayaran, dan membawa barang yang dibeli. Namun, perkembangan internet dan teknologi digital telah mengubah pola transaksi tersebut. Saat ini, masyarakat dapat mencari informasi produk, membandingkan harga, melakukan pemesanan, hingga melakukan pembayaran hanya melalui perangkat komputer atau telepon pintar yang terhubung ke internet. Perubahan tersebut tidak hanya meningkatkan kenyamanan konsumen, tetapi juga memberikan keuntungan bagi pelaku usaha karena mampu mengurangi biaya operasional dan memperluas jangkauan pemasaran. Perkembangan *e-commerce* dan bisnis *digital* juga didukung oleh meningkatnya jumlah pengguna internet di berbagai negara, termasuk Indonesia. Berdasarkan berbagai laporan ekonomi *digital*, jumlah pengguna internet dan perangkat *mobile* terus mengalami peningkatan setiap tahun.

Kondisi ini menciptakan pasar *digital* yang sangat besar dan potensial bagi pertumbuhan bisnis berbasis teknologi. Selain itu, hadirnya berbagai *platform digital* seperti *marketplace*, media sosial, aplikasi pembayaran *digital*, dan layanan logistik semakin mempermudah proses transaksi elektronik. Kombinasi berbagai teknologi tersebut membentuk sebuah ekosistem *digital* yang saling terhubung dan mendukung pertumbuhan ekonomi *digital* secara berkelanjutan. Perubahan perilaku masyarakat dalam memanfaatkan teknologi *digital* juga menjadi faktor penting yang mendorong perkembangan *e-commerce*. Konsumen modern cenderung menginginkan layanan yang cepat, praktis, dan mudah diakses kapan saja. Mereka tidak lagi terbatas oleh waktu dan lokasi dalam melakukan aktivitas belanja. Kehadiran toko online, *marketplace*, dan aplikasi mobile memungkinkan pelanggan memperoleh berbagai kebutuhan hanya dengan beberapa kali sentuhan pada layar perangkat mereka.

Selain itu, sistem pembayaran digital seperti dompet elektronik (*e-wallet*), QRIS, mobile banking, dan virtual account semakin mempermudah proses transaksi sehingga pengalaman berbelanja menjadi lebih nyaman dan efisien. Bagi perusahaan, transformasi *digital* membuka peluang untuk meningkatkan daya saing melalui pemanfaatan teknologi. Perusahaan dapat mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan untuk memahami kebutuhan pasar secara lebih akurat. Data tersebut dapat digunakan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan kualitas layanan, serta menciptakan inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, teknologi digital memungkinkan perusahaan mengotomatisasi berbagai proses bisnis sehingga dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi operasional. Oleh karena itu, penguasaan teknologi *digital* menjadi salah satu faktor penting dalam keberhasilan bisnis modern. Dalam konteks pendidikan, perkembangan *e-commerce* dan bisnis *digital* memberikan peluang yang sangat besar bagi pelajar untuk mengembangkan kemampuan dan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan masa depan. Pelajar tidak hanya berperan sebagai pengguna teknologi, tetapi juga dapat menjadi pelaku usaha *digital*.

Daftar Pustaka

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation And Practice (7th ed.)*. Pearson Education.
- Grewal, D., Roggeveen, A. L., & Nordfält, J. (2017). The Future of Retailing. *Journal of Retailing*, 93(1), 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2016.12.008>.
- Kalakota, R., & Whinston, A. B. (1997). *Electronic Commerce: A Manager's Guide*. Addison-Wesley.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology For Humanity*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management (16th ed.)*. Pearson.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2024). *Management Information Systems: Managing The Digital Firm (18th ed.)*. Pearson.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2024). *E-Commerce 2024: Business, Technology, Society (19th ed.)*. Pearson.
- O'Brien, J. A., & Marakas, G. M. (2018). *Management Information Systems (11th Ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Organisation for Economic Co-operation And Development (OECD). (2023). *OECD Digital Economy Outlook 2023*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/bb167041-en>.
- Ryan, D. (2021). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies For Engaging The Digital Generation (5th ed.)*. Kogan Page.
- Schwab, K. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. Crown Business.
- Strauss, J., & Frost, R. (2022). *E-Marketing (9th ed.)*. Routledge.
- Tapscott, D. (2015). *The Digital Economy: Promise And Peril In The Age of Networked Intelligence (2nd ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. (2023). *Electronic Commerce: A Managerial And Social Networks Perspective (10th ed.)*. Springer.
- United Nations Conference on Trade And Development. (2024). *Digital*

Economy Report 2024. United Nations Publications.

- Verhoef, P. C., Kannan, P. K., & Inman, J. J. (2015). From Multi-Channel Retailing To Omni-Channel Retailing. *Journal of Retailing*, 91(2), 174–181. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2015.02.005>.
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading Digital: Turning Technology Into Business Transformation*. Harvard Business Review Press.
- World Bank. (2024). *Digital Development Overview*. World Bank Group. <https://www.worldbank.org>.
- Yoo, Y., Henfridsson, O., & Lyytinen, K. (2010). The New Organizing Logic of Digital Innovation. *Information Systems Research*, 21(4), 724–735. <https://doi.org/10.1287/isre.1100.0322>.
- Zhu, K. (2004). The Complementarity of Information Technology Infrastructure And E-Commerce Capability. *Information Systems Research*, 15(2), 191–207. <https://doi.org/10.1287/isre.1040.0014>.

PROFIL PENULIS



Luthfia Fauzia Dewi Aryanti, S.Kom., M.TI.

Merupakan dosen dan praktisi di bidang teknologi informasi yang berafiliasi dengan Universitas Raharja. Ketertarikan penulis terhadap dunia komputer, sistem informasi, basis data, dan teknologi *digital* telah berkembang sejak masa pendidikan tinggi. Penulis menyelesaikan pendidikan Sarjana Komputer (S.Kom.) dan melanjutkan pendidikan Magister Teknologi Informasi

(M.TI.) sebagai bentuk pengembangan kompetensi akademik dan profesional. Dalam aktivitas akademiknya, penulis aktif dalam kegiatan pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat, khususnya pada bidang sistem informasi, basis data, transformasi *digital*, *e-commerce*, serta pemanfaatan teknologi informasi dalam dunia pendidikan dan bisnis. Selain itu, penulis juga memiliki pengalaman dalam pengembangan aplikasi berbasis web, pengelolaan *database*, dan analisis sistem informasi. Melalui penulisan buku dan karya ilmiah, penulis berupaya memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan peningkatan literasi *digital* masyarakat. Buku ini disusun untuk membantu pelajar memahami konsep *e-commerce* dan bisnis *digital* sebagai bekal menghadapi perkembangan ekonomi *digital* yang semakin pesat.

Email Penulis: fiafauzia@raharja.info.



BAB 14

EVALUASI PROGRAM KEWIRAUSAHAAN DI SEKOLAH

Erna Ervianti, S.Pd., M.Pd.
STAI Al Bayan Sulawesi Selatan



Pendahuluan

Kewirausahaan (*entrepreneurship*) telah menjadi salah satu kompetensi esensial yang perlu dimiliki generasi muda di era globalisasi dan persaingan bebas. Sekolah sebagai lembaga pendidikan formal memiliki tanggung jawab besar dalam mempersiapkan peserta didik agar memiliki jiwa, sikap, dan keterampilan kewirausahaan yang memadai. Berbagai kebijakan pendidikan di Indonesia, mulai dari kurikulum 2013 hingga Kurikulum Merdeka, secara eksplisit menempatkan kewirausahaan sebagai salah satu dimensi profil pelajar yang perlu dikembangkan.

Namun demikian, keberadaan program kewirausahaan di sekolah tidak secara otomatis menjamin tercapainya tujuan pendidikan kewirausahaan. Diperlukan mekanisme evaluasi yang sistematis, komprehensif, dan berkelanjutan untuk memastikan program berjalan efektif, efisien, dan berdampak nyata bagi peserta didik. Evaluasi program kewirausahaan bukan sekadar mengukur hasil akhir, melainkan juga menelisik proses, masukan, dan konteks yang melingkupi penyelenggaraan program tersebut. Bab ini membahas secara mendalam konsep, pendekatan, model, instrumen, serta tantangan evaluasi program kewirausahaan di sekolah. Pembahasan diharapkan memberikan panduan bagi pendidik, kepala sekolah, pengawas, maupun pemangku kepentingan dalam merancang dan melaksanakan evaluasi program kewirausahaan yang bermakna.

Konsep Evaluasi Program Kewirausahaan

1. Pengertian Evaluasi Program

Evaluasi program merupakan salah satu komponen penting dalam manajemen pendidikan karena berfungsi sebagai alat untuk mengetahui tingkat keberhasilan suatu program yang telah direncanakan dan dilaksanakan. Menurut Stufflebeam dan Shinkfield (2007), evaluasi program adalah proses pengumpulan, pengolahan, dan analisis informasi secara sistematis yang digunakan untuk menilai efektivitas suatu program dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Melalui evaluasi, pengelola program dapat memperoleh gambaran yang objektif mengenai kesesuaian antara tujuan, proses pelaksanaan, dan hasil yang dicapai. Dengan demikian, evaluasi tidak hanya berfungsi sebagai

alat pengukuran, tetapi juga sebagai dasar dalam pengambilan keputusan untuk pengembangan program di masa mendatang. Dalam konteks pendidikan, evaluasi program memiliki peran strategis dalam menjamin kualitas layanan pendidikan.

Wirawan (2016) menjelaskan bahwa evaluasi program pendidikan merupakan metode yang sistematis untuk mengumpulkan, menganalisis, dan memanfaatkan informasi guna menjawab berbagai pertanyaan mendasar mengenai keberhasilan, efisiensi, relevansi, dan keberlanjutan suatu program pendidikan. Informasi yang diperoleh melalui evaluasi dapat digunakan oleh berbagai pihak, seperti kepala sekolah, guru, pengelola program, maupun pembuat kebijakan, untuk menentukan apakah program perlu dilanjutkan, diperbaiki, diperluas, atau bahkan dihentikan. Oleh karena itu, evaluasi menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari siklus pengelolaan pendidikan yang berorientasi pada peningkatan mutu. Evaluasi program kewirausahaan di sekolah merupakan bentuk evaluasi yang secara khusus difokuskan pada kegiatan pembelajaran dan pengembangan kompetensi kewirausahaan peserta didik. Program kewirausahaan tidak hanya bertujuan memberikan pengetahuan tentang dunia usaha, tetapi juga membentuk karakter, sikap, dan keterampilan yang mendukung lahirnya jiwa wirausaha. Oleh karena itu, evaluasi program kewirausahaan perlu mencakup berbagai aspek, mulai dari perencanaan program, kesiapan sumber daya, pelaksanaan kegiatan, keterlibatan peserta didik, hingga hasil yang diperoleh setelah program dijalankan. Evaluasi yang komprehensif akan memberikan gambaran menyeluruh mengenai kualitas program dan tingkat pencapaian tujuan yang telah dirumuskan. Pada tahap perencanaan, evaluasi diarahkan untuk menilai sejauh mana program kewirausahaan telah dirancang berdasarkan kebutuhan peserta didik dan kondisi sekolah. Aspek yang dapat dievaluasi meliputi kejelasan tujuan program, kesesuaian kurikulum, ketersediaan sarana dan prasarana, dukungan pendanaan, serta kesiapan tenaga pendidik yang terlibat. Perencanaan yang matang menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan pelaksanaan program.

Daftar Pustaka

- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does Entrepreneurial Self-Efficacy Distinguish Entrepreneurs From Managers?. *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295–316. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00029-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00029-3).
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches (4th ed.)*. SAGE Publications.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Attitudes And Intention: Hysteresis And Persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75–93. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12065>.
- Fitzpatrick, J. L., Sanders, J. R., & Worthen, B. R. (2011). *Program Evaluation: Alternative Approaches And Practical Guidelines (4th ed.)*. Pearson Education.
- Gibb, A. A. (2002). In Pursuit of A New Enterprise And Entrepreneurship Paradigm For Learning: Creative Destruction, New Values, New Ways of Doing Things And New Combinations of Knowledge. *International Journal of Management Reviews*, 4(3), 233–269.
- Kirkpatrick, D. L. (1994). *Evaluating Training Programs: The Four Levels*. Berrett-Koehler Publishers.
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development And Cross-Cultural Application of A Specific Instrument To Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory And Practice*, 33(3), 593–617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>.
- Mertens, D. M., & Wilson, A. T. (2012). *Program Evaluation Theory And Practice: A Comprehensive Guide*. Guilford Press.
- Mwasalwiba, E. S. (2010). Entrepreneurship Education: A Review of Its Objectives, Teaching Methods, And Impact Indicators. *Education + Training*, 52(1), 20–47. <https://doi.org/10.1108/00400911011017663>.
- Rae, D., Martin, L., Antcliff, V., & Hannon, P. (2012). Enterprise And Entrepreneurship In English Higher Education: 2010 And Beyond.

- Journal of Small Business And Enterprise Development*, 19(3), 380–401.
- Sax, G. (2012). *Principles of Educational And Psychological Measurement And Evaluation (4th ed.)*. Wadsworth Publishing.
- Stufflebeam, D. L. (1971). The Relevance of The CIPP Evaluation Model For Educational Accountability. *Journal of Research And Development in Education*, 5(1), 19–25.
- Stufflebeam, D. L., & Shinkfield, A. J. (2007). *Evaluation Theory, Models, And Applications*. Jossey-Bass.
- W.K. Kellogg Foundation. (2004). *Logic Model Development Guide*. W.K. Kellogg Foundation.
- Wirawan. (2016). *Evaluasi: Teori, Model, Metodologi, Standar, Aplikasi Dan Profesi*. Rajawali Pers.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2008). *Essentials of Entrepreneurship And Small Business Management (5th ed.)*. Pearson Education.

PROFIL PENULIS



Erna Ervianti, S.Pd., M.Pd.

Merupakan akademisi dan peneliti di bidang pendidikan yang memiliki minat pada evaluasi pendidikan, asesmen pembelajaran, pengembangan kurikulum, serta pendidikan inklusif. Beliau menyelesaikan pendidikan Sarjana (S1) pada Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar (PGSD) dan pendidikan Magister (S2) pada Program Studi Penelitian dan Evaluasi Pendidikan di Universitas Negeri Makassar. Bidang kajian yang menjadi fokus penelitian meliputi evaluasi program pendidikan, asesmen pembelajaran, pendidikan dasar, pendidikan inklusif, pengembangan model pembelajaran, serta peningkatan kualitas pendidikan. Salah satu karya ilmiah membahas evaluasi pelaksanaan program pendidikan inklusi di sekolah dasar yang menitikberatkan pada peningkatan mutu layanan pendidikan bagi peserta didik berkebutuhan khusus.

Selain aktif dalam penelitian, juga memiliki perhatian besar terhadap pengembangan kompetensi guru, inovasi pembelajaran, serta implementasi kebijakan pendidikan yang berorientasi pada peningkatan mutu pendidikan. Melalui berbagai kegiatan akademik dan publikasi ilmiah, dan berupaya memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan ilmu pendidikan dan peningkatan kualitas pembelajaran di Indonesia. Saat ini terus dilakukan pengembangan penelitian dan karya ilmiah yang berfokus pada evaluasi program, asesmen pendidikan, pendidikan dasar, kewirausahaan pendidikan, serta pemanfaatan teknologi dalam pembelajaran sebagai bagian dari upaya mendukung terciptanya pendidikan yang berkualitas, inklusif, dan berkelanjutan.

Email Penulis: ernaervianti@gmail.com.

PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DI SEKOLAH



Di era yang penuh dengan ketidakpastian dan persaingan global yang semakin ketat, lulusan sekolah tidak lagi cukup hanya mengandalkan kemampuan akademis semata. Mereka dituntut untuk memiliki keberanian mengambil risiko, daya kreasi yang tinggi, kemandirian, serta kemampuan melihat peluang di tengah keterbatasan. Pendidikan kewirausahaan hadir sebagai jawaban strategis untuk menyiapkan generasi yang tidak hanya siap mencari pekerjaan, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja bagi diri sendiri dan orang lain. Buku ini mengupas secara komprehensif berbagai aspek penting dalam pendidikan kewirausahaan di sekolah, mulai dari:

1. Hakikat dan Urgensi Pendidikan Kewirausahaan di Sekolah
2. Karakter dan Sikap Dasar Wirausaha Sukses
3. Membangun Mindset (Pola Pikir) Kewirausahaan
4. Kreativitas dan Inovasi sebagai Core Competence
5. Mengidentifikasi Peluang Usaha di Lingkungan Sekitar
6. Memahami Pasar dan Target Konsumen
7. Menyusun Rencana Bisnis Sederhana (Business Plan)
8. Analisis Biaya, Harga Pokok Penjualan (HPP), dan Harga Jual
9. Sumber Daya dan Modal Usaha Siswa
10. Pengemasan (Packaging) dan Branding untuk Pemula
11. Etika Bisnis dalam Kewirausahaan Siswa
12. Mengatasi Tantangan dan Risiko Kegagalan
13. Pengenalan E-Commerce dan Bisnis Digital untuk Pelajar
14. Evaluasi Program Kewirausahaan di Sekolah

