



Dr. Muhammad Rakib, S.Pd., M.Si.
Nurlaila Syarfiah Asfo, S.P., M.Si.
Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd.
Siti Asiyah S.Pd.I., M.Pd.I

MEMBANGUN

Masa Depan

KEWIRAUSAHAAN

MEMBANGUN MASA DEPAN KEWIRAUSAHAAN

Dr. Muhammad Rakib, S.Pd., M.Si.
Nurlaila Syarfiah Asfo, S.P., M.Si.
Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd.
Siti Asiyah S.Pd.I., M.Pd.I



Tahta Media Group

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).



REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

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

Nomor dan tanggal permohonan	: EC00202453543, 24 Juni 2024
Pencipta	
Nama	: Dr. Muhammad Rakib, S.Pd., M.Si, Nurfailla Syarifah Asfo, S.P., M.Si, dkk
Alamat	: Perumahan Permata Sari PS IV No. 10 , Rappocini, Makassar, Sulawesi Selatan, 90221
Kewarganegaraan	: Indonesia
Pemegang Hak Cipta	
Nama	: Dr. Muhammad Rakib, S.Pd., M.Si, Nurfailla Syarifah Asfo, S.P., M.Si, dkk
Alamat	: Perumahan Permata Sari PS IV No. 10 , Rappocini, Makassar, Sulawesi Selatan, 90221
Kewarganegaraan	: Indonesia
Jenis Ciptaan	: Buku
Judul Ciptaan	: MEMBANGUN MASA DEPAN KEWIRUSAHAAN
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia	: 24 Juni 2024, di Surakarta (solo)
Jangka waktu perlindungan	: Berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak Ciptaan tersebut pertama kali dilakukan Pengumuman.
Nomor pencatatan	: 000628907

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

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



a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL

o.b

Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

IGNATIUS M.T. SILALAH
NIP. 196812301996031001

Disclaimer:

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

LAMPIRAN PENCIPTA

No	Nama	Alamat
1	Dr. Muhammad Rakab, S.Pd., M.Si	Perumahan Permata Sari PS IV No. 10 , Rappocini, Makassar
2	Nurlaila Syarifah Asfo, S.P., M.Si.	Jl. Onta Lama Lr. 4 No. 2 Bonto Biraeng , Mamajang, Makassar
3	Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd.	Jl. Kebonsari VII RT. 001 RW. 001 Desa Pagesangan , Jambangan, Surabaya
4	Siti Asiyah S.Pd.I., M.Pd.I	Jln. Abdullah Soulisa RT/RW. 001/001 No.114 Lesane , Masohi Kota, Maluku Tengah

LAMPIRAN PEMEGANG

No	Nama	Alamat
1	Dr. Muhammad Rakab, S.Pd., M.Si	Perumahan Permata Sari PS IV No. 10 , Rappocini, Makassar
2	Nurlaila Syarifah Asfo, S.P., M.Si.	Jl. Onta Lama Lr. 4 No. 2 Bonto Biraeng , Mamajang, Makassar
3	Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd.	Jl. Kebonsari VII RT. 001 RW. 001 Desa Pagesangan , Jambangan, Surabaya
4	Siti Asiyah S.Pd.I., M.Pd.I	Jln. Abdullah Soulisa RT/RW. 001/001 No.114 Lesane , Masohi Kota, Maluku Tengah



MEMBANGUN MASA DEPAN KEWIRAUSAHAAN

Penulis:

Dr. Muhammad Rakib, S.Pd., M.Si.
Nurlaila Syarfiah Asfo, S.P., M.Si.
Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd.
Siti Asiyah S.Pd.I., M.Pd.I

Desain Cover:
Tahta Media

Editor:
Tahta Media

Proofreader:
Tahta Media

Ukuran:
x, 249, Uk: 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-623-147-445-2

Cetakan Pertama:
Juni 2024

Hak Cipta 2024, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2024 by Tahta Media Group
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP
(Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP)
Anggota IKAPI (216/JTE/2021)

PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga buku berjudul "Membangun Masa Depan Kewirausahaan" ini dapat diselesaikan. Buku ini hadir sebagai bentuk sumbangsih penulis dalam mengembangkan dan memajukan kewirausahaan di Indonesia.

Kewirausahaan merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi suatu bangsa. Di tengah dinamika global yang terus berubah, kemampuan untuk berinovasi dan beradaptasi menjadi kunci sukses bagi para wirausahawan. Buku ini disusun dengan tujuan memberikan panduan praktis dan inspiratif bagi mereka yang ingin memulai atau mengembangkan usaha, serta bagi para akademisi dan praktisi yang tertarik pada dunia kewirausahaan.

Dalam buku ini, pembaca akan diajak untuk memahami konsep dasar kewirausahaan, menggali potensi diri, menyusun strategi bisnis yang efektif, serta mengatasi berbagai tantangan yang mungkin dihadapi dalam perjalanan wirausaha. Selain itu, kami juga menyertakan studi kasus dari para wirausahawan sukses sebagai sumber inspirasi dan pembelajaran.

Kami menyadari bahwa dalam penyusunan buku ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kami sangat mengharapkan masukan dan kritik konstruktif dari para pembaca untuk perbaikan dan penyempurnaan di masa mendatang.

Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusinya dalam proses penyusunan buku ini. Semoga buku "Membangun Masa Depan Kewirausahaan" dapat bermanfaat dan menjadi motivasi bagi para pembaca untuk terus berkarya dan berkontribusi dalam pembangunan ekonomi Indonesia.

Penulis

DAFTAR ISI

Prakata	vi
Daftar Isi.....	vii
Bab 1 Konsep Kewirausahaan dan Wirausaha	
A. Pendahuluan.....	1
B. Konsep Kewirausahaan.....	2
C. Konsep Wirausaha	9
D. Perbedaan Kewirausahaan Dengan Wirausaha.....	17
Bab 2 Keterampilan dan Sifat Kewirausahaan	
A. Pendahuluan.....	19
B. Keterampilan Kewirausahaan	21
C. Sifat Kewirausahaan	27
Bab 3 Kewirausahaan dan Pembangunan Ekonomi	
A. Pentingnya Kewirausahaan Bagi Pembangunan Ekonomi	36
B. Peran Kewirausahaan Dalam Pembangunan Ekonomi	38
C. Hubungan Kewirausahaan Dengan Pertumbuhan Ekonomi	45
D. Perkembangan Kewirausahaan Dalam Mempengaruhi Perkembangan Ekonomi.....	46
E. Dampak Kewirausahaan Terhadap Pembangunan Ekonomi	49
Bab 4 Kewirausahaan dan Pengembangan Masyarakat	
A. Pendahuluan.....	51
B. Pengembangan Masyarakat Untuk Memulai Usaha	52
C. Program Pengembangan Masyarakat Wirausaha.....	54
D. Strategi Pengembangan Usaha Masyarakat	57
E. Produktivitas Sebagai Tolak Ukur Keberhasilan Pengembangan Wirausaha	60
Bab 5 Berfikir Kreatif dan Inovatif Dalam Kewirausahaan	
A. Pendahuluan.....	63
B. Kreativitas Dalam Berwirausaha	64
C. Inovasi Produk	67
D. Pengembangan Produk dan Hambatannya.....	71
Bab 6 Ide Bisnis dan Peluang Usaha	
A. Pendahuluan.....	73
B. Ide Bisnis Dalam Memulai Usaha	73

C. Peluang Usaha.....	76
D. Peluang dan Tantangan Seorang Wirausahawan	78

Bab 7 Motivasi Berwirausaha

A. Konsep Dasar Motivasi.....	83
B. Konsep Dasar Berwirausaha	83
C. Konsep Motivasi Berwirausaha	84
D. Ciri dan Karakter Berwirausaha.....	85
E. Konsep Minat.....	85
F. Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha.....	86
G. Motivasi Untuk Berwirausaha	87
H. Peran Motivasi Dalam Berwirausaha.....	88
I. Dimensi Motivasi Berwirausaha.....	88
J. Indikator Motivasi Berwirausaha.....	89
K. Jenis – Jenis Motivasi Berwirausaha	90
L. Faktor – Faktor Motivasi Berwirausaha.....	91
M. Peristiwa Yang Memicu Motivasi Wirausaha.....	92
N. Strategi dan Implementasi Motivasi Berwirausaha.....	93
O. Dampak Motivasi Berwirausaha Terhadap Pembangunan Ekonomi....	95
P. Studi Kasus Motivasi Berwirausaha	98
Q. Kesimpulan	99

Bab 8 Manajemen Risiko

A. Konsep Dasar Risiko.....	102
B. Mengukur Risiko	103
C. Pemetaan Risiko.....	104
D. Pengertian Manajemen Risiko	104
E. Fungsi Manajemen Risiko	105
F. Tujuan Manajemen Risiko	106
G. Manfaat Manajemen Risiko	108
H. Prinsip Manajemen Risiko	109
I. Jenis – Jenis Manajemen Risiko	111
J. Wujud Sadar Manajemen Risiko	113
K. Penerapan Manajemen Risiko Dalam Berbagai Bidang	114
L. Tahapan Penerapan Manajemen Risiko	116
M. Tantangan Dalam Penerapan Manajemen Risiko	117
N. Solusi Mengatasi Tantangan Manajemen Risiko	119
O. Perilaku Pengambilan Risiko Pada Kewirausahaan.....	120

P. Kesimpulan	122
Bab 9 Inovasi Pengembangan Produk	
A. Definisi Inovasi Produk	124
B. Ciri – Ciri Inovasi	126
C. Karakteristik Inovasi	127
D. Sifat Perubahan Pada Inovasi.....	128
E. Tipe – Tipe Inovasi	128
F. Proses Terjadinya Inovasi	130
G. Definisi Pengembangan Produk.....	131
H. Tujuan Pengembangan Produk	132
I. Bentuk – Bentuk Pengembangan Produk.....	132
J. Tahap – Tahap Pengembangan Produk.....	133
K. Pengembangan Kewirausahaan Nasional 2021 – 2024	134
L. Faktor – Faktor Yang Mendorong dan Menghambat Inovasi dan Pengembangan Produk.....	135
M. Isu Pengembangan Kewirausahaan/Produk di Indonesia	136
N. Studi Kasus Inovasi dan Pengembangan Produk	138
O. Strategi Efektif Untuk Melakukan Inovasi dan Pengembangan Produk.....	139
P. Kesimpulan	142
Bab 10 Pengembangan Industri Kreatif	
A. Pengertian Pengembangan Industri Kreatif	144
B. Tujuan Pengembangan Industri Kreatif	165
C. Strategi Pengembangan Industri Kreatif	166
Bab 11 Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial	
A. Etika Bisnis	177
B. Tanggung Jawab Sosial (TSP) atau <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	189
Bab 12 Masa Depan Kewirausahaan : Tantangan dan Peluang	
A. Masa Depan Kewirausahaan.....	204
B. Tantangan Kewirausahaan	214
C. Peluang Kewirausahaan	215

Daftar Pustaka	228
Profil Penulis.....	246

BAB 1

KONSEP

KEWIRAUSAHAAN

DAN WIRAUSAHA

A. PENDAHULUAN

Wirausaha memiliki banyak sekali manfaat bahkan berpengaruh terhadap pelaku wirausaha sebagai individu hal ini dikarenakan dapat menghasilkan keuntungan atau profit dari usaha yang dijalankan, selain itu juga berdampak bagi masyarakat maupun negara, karena menghasilkan produk yang bermanfaat bagi konsumen serta dapat membantu negara dengan adanya setoran pajak. Selain itu juga kewirausahaan memiliki manfaat bagi lingkungan sekitar yakni mengurangi angka pengangguran terutama bagi mahasiswa yang baru lulus. Dengan adanya adanya serapan masyarakat yang menganggur ini sehingga wirausaha disebut dengan pahlawan dalam mengurangi pengangguran.

Perkembangan ilmu pengetahuan memicu adanya perkembangan dalam dunia kewirausahaan. Perkembangan yang terjadi pada disiplin ilmu kewirausahaan mengakibatkan adanya perubahan cara berpikir atau persepsi masyarakat mengenai kewirausahaan. Yang mana pembahasan terkait kewirausahaan bukan hanya mengenai kegiatan di lapangan saja, tetapi juga seseorang yang memiliki bakat kewirausahaan juga bisa meningkatkan talenta yang dimilikinya dengan cara mengikuti pendidikan atau pelatihan.

Orang-orang yang ingin berubah sebagai seorang interpreneur merupakan kelompok individu yang mengetahui bakat diri mereka serta mau menimbah

ilmu untuk meningkatkan potensinya dalam mendapatkan atau memperoleh ide usaha untuk menggapai cita-cita yang dimilikinya. Sehingga untuk menjadi seorang wirausaha hanya dengan talenta tentu tidaklah menjamin kesuksesan melainkan wajib mempunyai ilmu pendidikan terkait semua komponen bisnis nan sedang atau bakal ditekuni oleh pelaku usaha.

B. KONSEP KEWIRAUSAHAAN

1. Pengertian Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah suatu strategi atau upaya yang dilakukan dalam suatu proses untuk menciptakan sesuatu yang baru yang bernilai dengan menggunakan waktu dan tenaga yang diperlukan, mampu menerima akibat terburuk baik dampak finansial, fisik, bahkan sosial terhadap lingkungan, mampu menanggungnya atau keseimbangan moneter yang diakibatkannya, bahkan kepuasan pribadi atau kecukupan atau kemandirian (Hisrich, Peters, dan Shepherd, 2008: 10).

Kewirausahaan (Entrepreneurship) merupakan proses dalam mengenal, menganalisis, meningkatkan serta mewujudkan suatu visi atau tujuan (Hidayat, 2020). Visi ini dapat berupa ide-ide inovatif, peluang, dan cara-cara yang lebih baik dalam melakukan sesuatu dan hasil akhir dari proses ini adalah terciptanya bisnis-bisnis baru yang terbentuk dalam kondisi risiko atau ketidakpastian. Pengertian Kewirausahaan oleh para Ahli :

- a. Peter F Drucker dalam Hidayat (2020), berpendapat bahwa kewirausahaan merupakan sebuah kapasitas dalam menciptakan suatu hal yang memiliki kebaruan serta berbeda dari pada umumnya (ability to create the new and different)
- b. Pernyataan dari Achmad Sanusi dalam Majir (2021), menjelaskan bahwasannya kewirausahaan berkiatan erat dengan sebuah kapasitas atau nilai yang mana di ciptakan sesuai dengan sifat atau tindakan yang dibuat sebagai pondasi, asalnya energi atau produk, orang yang bergerak tujuan yang jelas, memiliki berbagai macam ide atau kiat, serta cara nenperoleh hasil bisnis
- c. Adapula pendapat lain mengenai pengertian kewirausahaan dari Robbin & Coulter dalam Hidayat (2020), yakni kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai cara seorang personal ataupun bagian dari

masyarakat yang berupaya dalam membuat nilai sehingga mampu berkembang serta mampu mengisi dengan penuh terkait dengan kemauanya dan apa yang dibutuhkannya dengan diciptakannya inovasi serta hal yang unik, sehingga tidak memedulikan asal atau sumber energi atau informasi yang masi dapat dikendalikan,

- d. Selain itu ada juga pendapat lain dari Soeharto Prawiro dalam Majir (2021) bahwasannya kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai suatu hal yang memiliki value serta sangat diperlukan didalam melaksanakan bisnis atau usaha maupun kemajuan pertumbuhan dari usaha.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, maka kewirausahaan bisa diartikan menjadi kemampuan suatu individu atau kelompok tertentu dalam menuangkan emosi kreativitas, ide, inovasi, yang mana dapat dijadikan sebagai kiat atau sumber daya untuk menciptakan suatu hal yang memiliki nilai. Jadi inti dari kewirausahaan juga dapat didefinisikan sebagai keahlian untuk mewujudkan suatu ciptaan dengan cara menuangkan ide yang kreatif serta inovatif.

2. Jenis-Jenis Kewirausahaan

Dalam pembagiannya jenis kewirausahaan terdiri atas beberapa kelompok yang mana dikategorikan dari beberapa aspek seperti besarnya modal, bentuk perusahaan, serta bidang usaha (Kartawinata et al., 2023). Berikut ini beberapa jenis-jenis kewirausahaan menurut Kartawinata et al., (2023) berdasarkan modal dan cara memulai bisnis atau usaha yaitu:

a. Kewirausahaan usaha kecil

Dikenal sebagai salah satu usaha mikro kecil atau UMKM, yang mana merupakan salah satu bentuk usaha yang memiliki potensi yang sangat besar dalam meningkatkan kualitas kehidupan serta memperkuat sistem ekonomi dalam suatu negara. Kewirausahaan yang termasuk ke dalam kategori kewirausahaan usaha kecil yakni toko sembako, penata rambut, konsultan, tukang ledeng serta bidang kuliner.

b. Kewirausahaan dari Perusahaan Besar

Transisi dari perusahaan besar sering kali dikenal dengan “kewirausahaan perusahaan besar” yang mana orang-orang yang terlibat dalam kewirausahaan perusahaan besar ini memiliki kemampuan yang profesional dengan pemahaman yang sangat luas terkait dengan fokus dari usaha dari perusahaan besar ini. Suatu

sebagai pemimpin mungkin terasa lebih mudah. Namun, dalam situasi krisis, peran ini jelas tidaklah mudah. (Munawaroh, 2016)

Manajemen tim dalam kewirausahaan melibatkan pengaturan tugas, komunikasi yang efektif, dan kepemimpinan yang mendorong untuk mencapai tujuan bersama. Ini melibatkan pemilihan anggota tim yang tepat, pembagian tugas yang jelas, komunikasi yang terbuka, kolaborasi yang baik, dan penyelesaian konflik secara konstruktif. Manajemen tim yang baik membantu menciptakan budaya kerja positif dan meningkatkan kinerja keseluruhan perusahaan.

j. Etika dan tanggung jawab sosial

Etika dan tanggung jawab sosial dalam kewirausahaan mencakup praktik bisnis yang berlandaskan pada prinsip-prinsip moral dan kewajiban terhadap masyarakat serta lingkungan. Ini melibatkan integritas, kepatuhan hukum, perlindungan konsumen, tanggung jawab lingkungan, keterlibatan komunitas, transparansi, berkelanjutan, inklusi, filantropi, dan pengabdian. Penting karena membangun reputasi positif dan memberikan dampak baik pada lingkungan serta masyarakat.

Tanggung jawab sosial dan Etika dalam wirausaha menekankan pentingnya beroperasi secara moral dan bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan. Hal ini mencakup praktik bisnis yang adil, transparan, dan bermoral, serta memperhitungkan dampak sosial dan lingkungan dari keputusan bisnis. Etika bisnis mencakup perilaku yang jujur, integritas, dan kepatuhan terhadap hukum dan standar moral. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) melibatkan upaya untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat melalui kegiatan amal, pelestarian lingkungan, dan partisipasi dalam masalah sosial. Dengan memperhatikan etika dan tanggung jawab sosial, seorang wirausahawan dapat membangun reputasi yang baik, memperoleh kepercayaan pelanggan, dan memberikan dampak positif pada masyarakat dan lingkungan di sekitarnya.

C. SIFAT KEWIRAUSAHAAN

Sifat kewirausahaan mengacu pada atribut dan karakteristik yang biasanya dimiliki oleh individu yang berhasil sebagai wirausahawan. Kewirausahaan tidak hanya mencakup pembentukan usaha baru, melainkan

juga melibatkan sikap, ciri-ciri, dan kualitas yang diperlukan untuk menghadapi tantangan dan mengambil keuntungan dari peluang dalam dunia bisnis yang dinamis. Beberapa sifat kewirausahaan yang kunci memainkan peran penting dalam menciptakan kesuksesan dalam membangun bisnis yang berkelanjutan.

1. Pengertian sifat kewirausahaan

Sifat adalah atribut atau ciri khas yang secara intrinsik melekat pada seseorang, sesuatu, atau suatu konsep. Sifat-sifat ini mencerminkan karakteristik unik yang membedakan entitas tersebut dari yang lainnya. Mereka dapat berupa aspek fisik, psikologis, atau bahkan abstrak, yang membentuk identitas atau kepribadian individu, objek, atau gagasan. Sifat-sifat ini sering kali memengaruhi cara individu berinteraksi dengan lingkungan mereka, merespons situasi tertentu, dan membentuk perilaku serta keputusan mereka. Dalam konteks kewirausahaan, sifat-sifat seperti keberanian, ketekunan, kreativitas, dan ketangguhan sering kali dianggap kunci dalam mencapai kesuksesan dan mengatasi tantangan yang dihadapi dalam memulai dan menjalankan bisnis.

Kewirausahaan adalah semangat dan mentalitas yang selalu proaktif, kreatif, inovatif, dan gigih dalam upaya meningkatkan pendapatan melalui kegiatan bisnisnya. Ini melibatkan penerapan kreativitas dan inovasi untuk mengatasi tantangan dan menemukan peluang guna memperbaiki kondisi bisnis, seperti yang disebutkan oleh (Hamzah, 2020). Sifat kewirausahaan mencakup beberapa hal yakni:

a. Kreativitas

Proses pengembangan dan peningkatan kreativitas adalah hal yang berbeda-beda bagi setiap individu, meskipun bakat dan kemampuan dasar mungkin ada pada setiap orang. Selain kemampuan dan bakat, faktor-faktor seperti pengetahuan dan lingkungan juga dapat memengaruhi tingkat kreativitas seseorang.

Terdapat empat langkah dalam proses kreatif, yaitu (a) akumulasi pengetahuan atau latar belakang, (b) periode inkubasi, (c) konsepsi ide, dan (d) evaluasi serta pelaksanaan. Pada tahapan ini, hal yang krusial adalah ketekunan wirausaha dalam mengembangkan ide-ide tersebut hingga menemukan versi finalnya. Karena ide-ide awal cenderung belum sempurna, maka perlu dilakukan penyesuaian dan

pengujian berulang untuk mencapai bentuk yang terdefinisi dan matang. (Purwantini, 2021)

Kreativitas kewirausahaan adalah kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru, inovatif, dan berbeda dalam konteks memulai, mengembangkan, dan mengelola bisnis. Ini melibatkan kemampuan untuk berpikir di luar kotak, melihat peluang di mana orang lain mungkin tidak melihatnya, dan menciptakan solusi yang unik untuk masalah yang dihadapi. Kreativitas dalam kewirausahaan tidak hanya berlaku untuk pengembangan produk atau layanan baru, tetapi juga dapat mencakup strategi pemasaran, model bisnis, proses operasional, dan cara-cara lain untuk mencapai tujuan bisnis. Kemampuan untuk berinovasi dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan adalah aspek penting dari kreativitas kewirausahaan, karena membantu pengusaha untuk tetap relevan dan kompetitif dalam lingkungan bisnis yang terus berubah.

b. Keberanian dan ketahanan

Kewirausahaan merujuk pada semua aspek yang terlibat dalam menjadi seorang wirausaha. Istilah "wira" menggambarkan sifat keberanian, sedangkan "usaha" mengacu pada aktivitas bisnis, baik itu dalam konteks komersial maupun non-komersial. Dengan demikian, kewirausahaan dapat diinterpretasikan sebagai keberanian seseorang dalam menjalankan kegiatan bisnis. Secara keseluruhan, kewirausahaan melibatkan proses menciptakan hal baru, kreatif, dan inovatif yang memberikan nilai tambah. Dalam bahasa Inggris, istilah yang setara dengan wirausaha adalah "entrepreneur", yang pertama kali diperkenalkan oleh ekonom Prancis, Richard Cantillon. (Rahim & Basir, 2019)

Keberanian dan ketahanan dalam kewirausahaan adalah dua sifat yang sangat penting bagi seorang wirausahawan untuk berhasil dalam menghadapi tantangan dan kesulitan dalam memulai dan menjalankan bisnisnya.

Keberanian mengacu pada kemampuan untuk menghadapi risiko dan mengambil langkah-langkah besar dalam menghadapi ketidakpastian yang terkait dengan dunia bisnis. Seorang wirausahawan yang berani tidak takut untuk mencoba hal-hal baru,

impian karena produk itu tidak akan laku di pasaran (tidak memenuhi kebutuhan dan tren pasar). Hal ini merupakan sebuah proses yang sangat penting dari tahapan di atas.

4. Evaluasi dan berdayakan peluang anda menjadi produk bisnis

Sebagai langkah terakhir untuk memanfaatkan peluang anda yaitu dengan mengevaluasi dan menganalisis faktor keberhasilan dan faktor kegagalan peluang bisnis dan kembangkanlah menjadi sebuah produk untuk memulai bisnis yang potensial.

Banyak sekali peluang usaha yang bisa kita rintis terutama di lingkungan sekitar kita dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki misalnya usaha rumah makan, membuka usaha laundry, air minum isi ulang, cuci mobil dan motor, jual pulsa elektrik dan lain-lain. Beberapa usaha ini pada awalnya mungkin sekedar untuk mencapai keinginan agar memiliki keuntungan, uang, kekayaan, kepuasan batin, popularitas, status sosial dan lain-lain. Tetapi bisa jadi bisnis yang kita rintis menjadi suatu peluang usaha yang potensial dan berkembang sesuai dengan harapan kita.

Namun dengan berkembangnya ilmu pengetahuan, sosial, ekonomi, politik, budaya, teknologi, dan kesejahteraan maka telah menciptakan *gap* di antara faktor-faktor yang memengaruhi perkembangan tersebut. Misalnya, *gap* antara ilmu pengetahuan dan sosial, sosial dan politik, budaya dan sosial, atau sosial dan teknologi. *Gap* yang terjadi akan menciptakan perubahan status sosial, perilaku, gaya hidup, kebutuhan, keinginan, selera, dan sebagainya, sehingga bisa membangkitkan sebuah inspirasi bisnis yang pada akhirnya memunculkan peluang usaha.

Munculnya peluang usaha yang baru akan menstimulus munculnya wirausahawan-wirausahawan muda. Hal inilah yang mendorong timbulnya semangat berwirausaha seiring dengan perubahan dan perkembangan ekonomi.

D. PELUANG DAN TANTANGAN SEORANG WIRAUSAHAWAN

Pada era modern sekarang ini ada banyak peluang dan tantangan yang bisa dimanfaatkan oleh seorang wirausahawan. Adapun peluang tersebut adalah:

1. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang begitu cepat telah mendorong percepatan perolehan informasi. Dan masyarakat terbentuk pola pikir yang bisa memfilter setiap informasi yang diperoleh dan

memilah mana informasi yang dianggap menarik dan tidak untuk diterapkan.

2. Tingkat income perkapita dan jumlah penduduk semakin bertambah. Semua ini diikuti dengan semakin meningkatnya tingkat kebutuhan yang diinginkan, termasuk produk yang mampu memberi kepuasan.
3. Tingkat pendidikan masyarakat diseluruh dunia semakin meningkat, ini terlihat dari jumlah lulusan perguruan tinggi yang semakin banyak. Bahkan ada banyak perguruan tinggi yang membuka penerimaan mahasiswa setahun dua sampai tiga kali gelombang penerimaan. Kondisi ini berpengaruh juga pada seleksi penilaian produk yang digunakan secara lebih selektif. Karena kemampuan melihat dan menilai dampak positif dan negative dari suatu produk. Misalnya masyarakat sudah mulai memperhatikan kesehatan, seperti olag raga, komposisi makanan, kebersihan, kenyamanan bekerja, dan lain sebagainya. Maka seorang wirausahawan harus bisa melihat peluang ini dengan baik seperti menciptakan produk yang memenuhi harapan kelompok seperti itu.
4. Peran wirausahawan dengan kemampuannya membuka usaha maka memungkinkan terbukanya lapangan pekerjaan sehingga angka pengangguran akan menurun. Dan ini otomatis bisa mengurangi beban Negara.

Disamping peluang yang bisa dilihat oleh seorang wirausahawan, maka ia juga harus bisa melihat beberapa tantangan, yaitu:

1. Persaingan bisnis yang teraplikasi dalam bentuk penciptaan beragam jenis produk telah menyebabkan banyak produk yang tidak laku terjual di pasar karena kurang diminati oleh konsumen. Sehingga seorang wirausahawan ditantang untuk mampu berinovasi terus menerus.
2. Ilmu pengetahuan dan teknologi informasi yang bisa diperoleh dengan cepat telah melahirkan sikap selektif yang tinggi di masyarakat dalam menilai setiap produk secara lebih detail. Artinya masyarakat menjadi tidak mudah terpengaruh terhadap setiap iklan yang ditampilkan diberbagai media cetak dan elektronik.
3. Manusia memiliki karakter yang selalu berubah sehingga seorang wirausahawan harus mampu selalu menciptakan inovasi produk. Sebuah produk yang baik adalah produk yang bisa beradaptasi dengan perubahan zaman. Di dunia ini tidak ada yang abadi namun yang abadi itu adalah

perubahan. Dan mereka yang terus mau berubah merupakan mereka yang terus bisa bertahan terhadap berbagai perubahan zaman.

4. Kebutuhan dan biaya hidup yang terus terjadi peningkatan menyebabkan setiap orang harus mampu memperoleh pendapatan tambahan sehingga banyak dari mereka yang meluangkan waktu untuk terus membangun bisnis. Kondisi ini menyebabkan kompetisi di pasar menjadi begitu tinggi.

Banyak orang ingin memulai bisnis, bahkan ada yang sudah memutuskan bisnis apa yang akan dimasukinya. Tetapi ketika peluang yang sudah di depan mata itu dilihat, dipikirkan, diutak atik, dihitung dan terus dipelajari, orang lain sudah berlari kencang mendahuluinya.

Peluang pun gagal untuk didapat. Hal-hal seperti ini memang menyakitkan dan menyesakkan dada. Untuk itu, anda harus mempunyai konsep yang matang dan pengetahuan tentang *smart entrepreneur* yang terasah, sehingga anda mempunyai insting dan intuisi yang tajam untuk memanfaatkan peluang anda. Kegagalan sebuah peluang itu bisa bersumber dari berbagai hal, antara lain:

1. Tidak segera mengambil keputusan
Peluang ini lewat begitu saja, terkadang anda mengetahuinya tapi dilewatkan begitu saja atau bahkan anda tidak mengetahuinya.
2. Waktunya sudah lewat (kadaluwarsa) tidak efektif lagi
Peluang itu memiliki waktu dan masa. Terkadang bisa lama, bisa juga singkat. Jadi, anda juga perlu melihat apakah harus mengambil keputusan sekarang atau nanti. Waktu itu seperti kereta api, tidak kembali dan anda akan tertinggal oleh kereta api itu.
3. Survei tidak akurat, hanya persepsi anda saja
Terkadang anda telah siap, waktu juga tepat, namun survei yang anda lakukan tidak akurat. Ini akan membuat peluang itu juga menjadi tidak akurat atau meleset. Ternyata apa yang anda kirakan itu salah dan tidak sesuai dengan keadaan pasar.
4. Diambil orang
Ingatlah bahwa banyak orang yang berpikir sama seperti anda. Jadi, janganlah menganggap bahwa anda adalah orang pertama, sehingga anda merasa aman dan tenang-tenang saja. Pesaing akan segera mengambil kesempatan anda.

5. Tidak ada strategi yang jelas beserta konsepnya
Hal ini mengakibatkan bisnis anda “layu sebelum berkembang”. Saat anda mendapatkan sebuah peluang, memang rasanya luar biasa. Namun, yang lebih sulit ialah mewujudkan impian anda.

BAB 7

MOTIVASI

BERWIRAUSAHA

Motivasi sering kali menjadi pembicaraan sehari-hari, terutama dalam konteks pengembangan diri. Saat kita memiliki keinginan, dibutuhkan motivasi untuk mewujudkannya. Banyak di antara kita memiliki keinginan dan ambisi besar, tetapi seringkali kurang memiliki dorongan dan semangat untuk mengambil langkah-langkah menuju pencapaian tersebut karena energi dari dalam dirinya berkung atau kurangnya motivasi. Motivasi akan memperkuat ambisi, meningkatkan inisiatif, dan membantu mengarahkan energi kita ke arah pencapaian tujuan. Melalui adanya motivasi yang tepat, maka tujuan yang kita inginkan akan semakin mendekat dan minat dalam berwirausaha semakin besar. Sikap antusiasme seseorang terhadap usaha yang akan dikembangkan merupakan bentuk dari minat berwirausaha.

Di era modern ini, dunia usaha dipandang siap membuka peluang untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Bisnis itu sendiri merupakan tindakan moneter yang akan terus mengalami pemulihan dan selanjutnya dapat mengembangkan bantuan pemerintah. Meningkatnya minat terhadap usaha bisnis saat ini semakin mendapat perhatian, terutama bagi mahasiswa di perguruan tinggi (Arsakiyana & Sulistyowati, 2022). Selain itu juga bentuk terhadap minat berwirausaha juga bisa dilihat dari daya pikir yang inovatif dan kreatif dalam membuat produk atau jasa usaha serta memiliki mental yang kuat dalam menghadapi risiko mengelola usaha. Inilah pentingnya motivasi dalam mendorong kita maju dan mengambil langkah selanjutnya untuk merealisasikan impian dan tujuan kita.

Tingginya tingkat pengangguran yang terus meningkat merupakan salah satu permasalahan sosial yang memerlukan penyelesaian. Kurangnya kesempatan kerja yang tersedia saat ini menjadi penyebab utama meningkatnya jumlah pengangguran di negara ini. Salah satu cara untuk mengatasi kondisi ini adalah dengan mengupayakan penciptaan lapangan kerja baru. Oleh karena itu, individu yang memiliki kreativitas dan pengetahuan dari pendidikan sebaiknya mempertimbangkan untuk menjadi pengusaha daripada hanya bergantung pada mencari pekerjaan di tengah persaingan yang ketat bersama jutaan pencari kerja lainnya.

Banyak lembaga yang mengadakan acara seperti seminar, workshop, dan pelatihan untuk memotivasi dan mendorong masyarakat agar mau berwirausaha. Dengan memiliki motivasi kerja yang tinggi, semangat hidup seseorang juga akan meningkat. Oleh karena itu, agar kita semakin bersemangat dalam menjalani hidup, motivasi sangat penting dalam setiap aktivitas yang kita lakukan, baik itu bekerja maupun berwirausaha. Untuk itu, diperlukan upaya untuk mengembangkan motivasi berwirausaha agar kita dapat mengubah pola pikir dari menjadi pencari kerja menjadi penyedia lapangan kerja.

A. KONSEP DASAR MOTIVASI

Motivasi seseorang adalah keadaan psikologis dan fisiologis yang memotivasinya untuk melakukan hal-hal tertentu guna memenuhi suatu kebutuhan atau tujuan. Menurut Noviantoro & Rahmawati, (2017) motivasi didefinisikan sebagai suatu kekuatan pendorong atau penarik yang menyebabkan terjadinya atau bantalan pembangunan dalam mencapai suatu tujuan. Sedangkan menurut Harie & Andayanti, (2020) Motivasi sebagai pendorong utama batin atau suatu gerakan untuk mencapai tujuan. Motivasi diartikan sebagai keadaan individu yang menyebabkannya bertindak secara strategis untuk mencapai suatu tujuan (Rachmawati & Subroto, 2022). Menurut berbagai definisi tersebut, motivasi adalah suatu dorongan atau pendorong untuk melakukan sesuatu guna mencapai tujuan.

B. KONSEP DASAR BERWIRAUSAHA

Kewirausahaan merupakan Pelajaran yang sudah tidak asing lagi, karena kewirausahaan sudah diajarkan sejak di sekolah dasar. Mata Pelajaran atau

mata kuliah yang wajib diikuti oleh para pelajar, diajarkan pada sekolah swasta maupun negeri. Adanya mata Pelajaran atau mata kuliah kewirausahaan untuk menumbuhkan jiwa wirausaha anak-anak pelajar di Indonesia sejak dini. Pendidikan bisnis penting karena melalui pendidikan akan menumbuhkan pemikiran dan membantu dorongan dalam membujuk Anda untuk menjadi seorang pebisnis. Selain itu, individu dengan latar belakang pendidikan yang lebih berwirausaha dapat bertindak imajinatif dalam segala kondisi saat menyelesaikan usaha (Suci Reffandi & Sulistyowati, 2024). Pemahaman dan kerangka pendidikan bisnis yang menyeluruh dapat menambah inspirasi seseorang yang ingin memulai bisnisnya sendiri. Telah diketahui banyak lapangan pekerjaan yang semakin sulit didapatkan. Maka diperlukan gerakan pemerintah untuk para pemuda melalui Instruksi Presiden No. 4 tahun 1995 sebagai penumbuh semangat kepeloporan menjadi wirausahawan (Nengseh & Kurniawan, 2021a).

Istilah wirausaha sudah dikenal pada abad kedelapan belas dan awal abad kesembilan belas. Terdapat pendefinisian ulang terkait dengan makna wirausaha pada saat ini, didefinisikan sebagai seseorang yang menyediakan uang (bank dan lainnya) dan berbeda dengan seseorang yang membutuhkan modal (wirausahawan). Pada abad kesembilan belas wirausaha didefinisikan tidak dibedakan seperti abad kedelapan belas, definisi kesembilan belas adalah wirausaha merupakan tujuan pribadi seseorang dengan yang mengatur dan mengoperasikan perusahaan adalah orang itu sendiri. Definisi lain tentang kewirausahaan adalah pemilik modal yang mempekerjakan teknisi dan manajer untuk mengelola usaha yang dimilikinya. Teknisi merupakan pemegang kegiatan operasional perusahaan, sedangkan manajer adalah perwakilan diri untuk mengatur dan mengarahkan pengorganisasian perusahaan (Armansyah & Yuritanto, 2021).

C. KONSEP MOTIVASI BERWIRAUSAHA

Motivasi berwirausaha seorang wirausahawan merupakan motor penggerak kegiatan yang menjamin keberlangsungan kegiatan tersebut. Motivasi berwirausaha seseorang inilah yang mendorongnya untuk menekuni usaha berwirausaha dan mencapai tujuan berwirausaha (Aini & Oktafani, 2020). Kondisi yang memberdayakan, menggerakkan dan mengarahkan kerinduan seseorang untuk melakukan latihan kepeloporan secara mandiri

sesuai dengan keinginan dan tujuan yang ingin dicapai. *Entrepreneurial Motivation* atau motivasi berwirausaha mencakup inspirasi yang ditujukan pada tujuan perintisan (tujuan yang mencakup kewaspadaan dan keterbukaan ganda bisnis yang luar biasa).

Melihat gambaran di atas, maka dapat diduga bahwa inspirasi giat adalah suatu gerakan yang memberi semangat dan menuntun kerinduan seseorang untuk melakukan latihan-latihan kepeloporan.

D. CIRI DAN KARAKTER BERWIRAUSAHA

Seorang wirausaha harus mempunyai pilihan untuk melihat jauh ke depan. Melihat jauh ke dalam apa yang ada berarti mampu melihat peluang yang terbuka, menetapkan peluang yang terbuka, melakukan perhitungan yang cermat dan mampu menangani masalah yang sedang atau akan dihadapi. Sifat-sifat giat tersebut bukanlah sesuatu yang mudah untuk ditemukan oleh setiap orang, diperlukan kesungguhan dari setiap orang untuk senantiasa menciptakan dan mengasah potensi kepeloporannya, sehingga nantinya potensi tersebut (kualitas inovatif) dapat muncul dan dicoba serta dipupuk dalam diri individu (Paramitasari & Muhyadi, 2016).

Mengetahui ciri-ciri seorang visioner bisnis memerlukan cara pandang yang menjadi penanda untuk mengatakan bahwa individu tersebut mempunyai kualitas atau memenuhi standar untuk menjadi seorang wirausaha bisnis. Ciri-ciri berwirausaha, sebagai berikut:

1. Tanggung jawab pemecahan masalah (*problem solving*)
2. Menerima resiko
3. Interaksi social
4. Kepemimpinan
5. *Feed Back* Hasil Kerja
6. *Relationship*

E. KONSEP MINAT

Minat merupakan suatu rasa seseorang pada suatu hal dengan rasa yang gembira dan antusias. Minat muncul karena adanya perasaan gembira dan rasa ingin tahu dalam menjalankan suatu kegiatan (Tila, 2022). Minat erat kaitannya dengan gaya gerak yang memicu individu untuk menyelesaikan

suatu kegiatan atau aktivitas sehingga dapat membangkitkan aktivitas tersebut. Minat berasal dari suatu rasa ingin tahu, kegemaran dan pengalaman yang ingin dilakukan lagi.

Minat cenderung dalam memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas yang didalamnya terdapat suatu dorongan dari lingkungan internal maupun eksternal pada diri seseorang (R. S. Putri, 2020). Gimana maksudnya minat menjadi suatu hubungan antara diri sendiri terhadap sesuatu di luar dirinya sendiri. Semakin dekat hubungannya maka akan semakin besar minat tersebut lahir.

Dalam berwirausaha tentunya ada beberapa faktor dukungan dalam menjalankan. Berikut ini beberapa hal yang dapat menjadi motivasi dalam melakukan wirausaha:

1. Personal, berhubungan dengan aspek kepribadian seseorang seperti: perasaan, emosi, motivasi, persepsi, sikap, penghasilan, dll.
2. Sociological, berkenaan dengan hubungan sosial atau keluarga sehingga menjadi suatu bentuk panutan “*Role Model*” dalam berwirausaha.
3. Environmental, berkaitan dengan hubungan lingkungan. Lingkungan memberikan dorongan terhadap harapan, peran, aktivitas serta dipengaruhi juga oleh persaingan, kebijakan pemerintah dan sumber daya.

F. PENGARUH MOTIVASI TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA

Pengaruh Motivasi terhadap Minat Wirausaha



Gambar 7.1 Pengaruh Motivasi terhadap Minat Berwirausaha

Motivasi memiliki dampak yang signifikan terhadap minat wirausaha. Ketika seseorang merasa termotivasi dalam menjalankan wirausaha yang berdasarkan ambisi, financial, keinginan serta dorongan dalam menciptakan bisnis. Selain itu juga, pengalaman belajar tentang kewirausahaan juga merupakan salah satu hal yang memotivasi dalam membentuk minat berwirausaha. Oleh karena itu, lingkungan pendidikan penting sebagai alat pebnginspirasi dan motivasi untuk dapat mengembangkan minat berwirausaha. Melalui pendidikan dan pelatihan, akan membantu dalam memberikan motivasi dan acuan dalam membentuk minat wirausaha seseorang.

G. MOTIVASI UNTUK BERWIRAUSAHA



Gambar 7.2 Motivasi Berwirausaha

Motivasi memberikan peranan tersendiri untuk pemenuhan suatu kebutuhan dalam minat berwirausaha (Nengseh & Kurniawan, 2021b). Gimana pada dasarnya seseorang mengerjakan suatu tindakan tidak lepas dari adanya suatu motivasi. Motivasi dalam berwirausaha dapat dilihat dari beberapa pemicu, yakni:

1. Laba
Keuntungan yang akan diterima jika usaha tersebut dapat berjalan.
2. Kebebasan
Bebas mengatur waktu kerja, bebas dari *supervisor*, bebas dari peraturan yang menekan. Dimana jika memiliki usaha sendiri mereka akan mengatur semuanya sesuai keinginan.
3. Impian personal
Kebebasan dalam menentukan standart kehidupan yang diharapkan, dimana membuat visi misi usaha sesuai dengan keinginan.

4. Kemandirian

Mengelola atau mememanajemen usaha sendiri merupakan suatu bentuk rasa bangga terhadap diri sendiri.

H. PERAN MOTIVASI DALAM BERWIRAUSAHA

Dalam menjalankan wirausaha tentunya ada dukungan motivasi untuk memulai kegiatan wirausaha. Walaupun motivasi setiap wirausahawan berbeda-beda akan tetapi motivasi memiliki peran yang sama yakni sebagai pendorong.

Jika diamati, motivasi memiliki peran dalam mewujudkan kegiatan wirausaha, yakni:

1. Mendorong

Motivasi memberikan gerakan untuk memicu menjalankan pekerjaan yang akan dikerjakan oleh wirausaha.

2. Arah Perbuatan

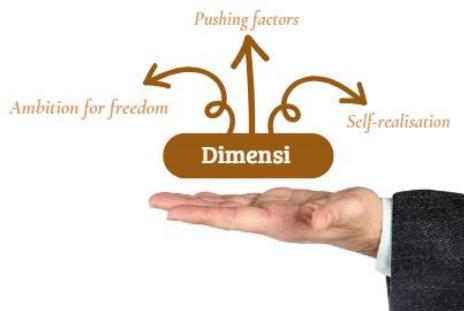
Motivasi berperan sebagai penentu arah perbuatan yang akan dikerjakan dalam wirausaha.

3. Seleksi

Motivasi sebagai langkan untuk melakukan strategi mana yang akan dipakai untuk mencapai tujuan.

I. DIMENSI MOTIVASI BERWIRAUSAHA

Dimensi Motivasi Berwirausaha (Aini & Oktafani, 2020; Paramitasari & Muhyadi, 2016) menjelaskan bahwa dorongan seseorang untuk menjadi wirausaha dapat dipecah menjadi tiga kategori, yaitu keinginan akan kebebasan, realisasi diri, dan faktor yang mendorongnya.



Gambar 7.3 Dimensi Motivasi

Berikut dimensi motivasi beserta indikatornya:

1. *Self-realisation* (Realisasi diri)
 - a. Memperoleh posisi yang lebih baik di masyarakat
 - b. Merasakan tantangan
 - c. Memotivasi dan memimpin orang lain
 - d. Melanjutkan tradisi keluarga
 - e. Mengimplementasikan ide atau berinovasi.
2. *Ambition for freedom* (Ambisi kemandirian)
 - a. Aktivitas lebih bebas
 - b. Memiliki usaha sendiri
 - c. Menjadi lebih dihormati
 - d. Terdepan dalam menerapkan ide baru
 - e. Mengembangkan hobi dalam bisnis
3. *Pushing factors* (Faktor pendorong)
 - a. Memperoleh pendapatan yang lebih baik
 - b. Tidak puas dengan pekerjaan.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa dimensi-dimensi motivasi berwirausaha adalah ambisi untuk mandiri, realisasi diri, dan faktor pendorong.

J. INDIKATOR MOTIVASI BERWIRAUSAHA

Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel motivasi berwirausaha yakni:

1. Kebutuhan akan prestasi (*Need of achievement*).

Bahwa orang-orang yang mempunyai kebutuhan prestasi yang serius ingin berprestasi dibandingkan dengan orang-orang yang mempunyai kebutuhan prestasi yang rendah.
2. Pengambilan risiko (*Risk taking*).

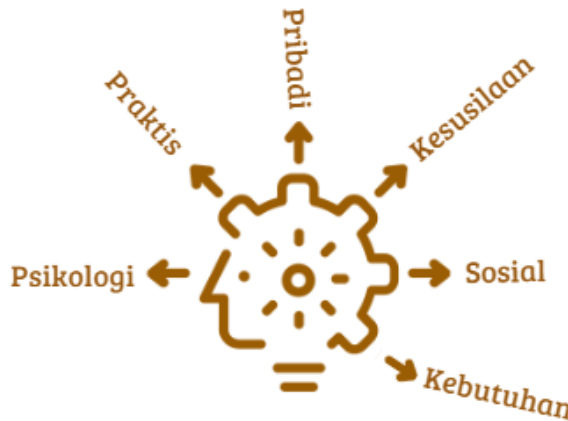
Bahwa individu yang berprestasi tinggi juga akan lebih cenderung mengambil risiko tinggi.
3. Toleransi terhadap ambiguitas (*Tolerance for ambiguity*)

Salah satu hambatan dalam inovasi adalah keengganan untuk menjadi sesuatu yang berbeda dari sesuatu yang dianggap aneh oleh sebagian besar orang. Sebaliknya, seorang wirausahawan bersedia mencoba hal-hal baru.

4. Gairah (*Passion*)

Sederhananya, *passion* adalah hasrat membara yang disertai dengan semangat yang tinggi. Keinginan mempengaruhi perkembangan bisnis.

K. JENIS-JENIS MOTIVASI BERWIRAUSAHA



Gambar 7.4 Jenis-jenis Motivasi Berwirausaha

Terdapat 6 (enam) jenis motivasi dalam berwirausaha, yaitu:

1. Motivasi psikologi merupakan keinginan dalam diri seseorang untuk meningkatkan kapasitas kreativitasnya tanpa dukungan dari luar.
2. Motivasi praktis merupakan Keinginan untuk menunaikan kewajiban yang digariskan dalam nilai-nilai ketuhanan.
3. Motivasi pembentukan pribadi merupakan keinginan untuk mengembangkan kepribadian seseorang ke tingkat yang lebih tinggi.
4. Motivasi kesusilaan merupakan keinginan untuk memenuhi dokumen agar menjadi wirausaha yang lebih baik.
5. Motivasi sosial merupakan keinginan untuk mempelajari sesuatu yang berharga guna menjalin hubungan dengan orang lain.
6. Motivasi kebutuhan merupakan keinginan menaati Tuhan dan karya untuk menghargai setiap orang.

Melihat penjelasan di atas, maka dapat diduga bahwa inspirasi wirausaha yang dimiliki oleh setiap individu sangatlah banyak macamnya. Jika orang tersebut ingin menjadi lebih baik dan lebih baik dari sebelumnya, maka

motivasi ini akan datang. Jadi inspirasi wirausaha sangat penting untuk dimiliki setiap orang.

L. FAKTOR – FAKTOR MOTIVASI BERWIRAUSAHA

Motivasi dapat diartikan sebagai kekuatan yang ada pada diri seseorang untuk mendorongnya berbuat (*driving force*) (Elfandi et al., 2021). Menurut pendapat Muhammad (2017) motivasi merupakan suatu dorongan dalam berperilaku dan bertindak dalam cara khusus untuk menciptakan kekuatan tersembunyi di dalam diri seseorang. Sedangkan definisi lain mengatakan bahwa motivasi dalam berwirausaha merupakan motivasi yang memiliki tujuan, khususnya tujuan berwirausaha (Rosmiati, 2015).

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa motivasi berwirausaha merupakan suatu alasan yang dapat mendorong seorang untuk melakukan tindakan yang memiliki hubungan dengan kewirausahaan.



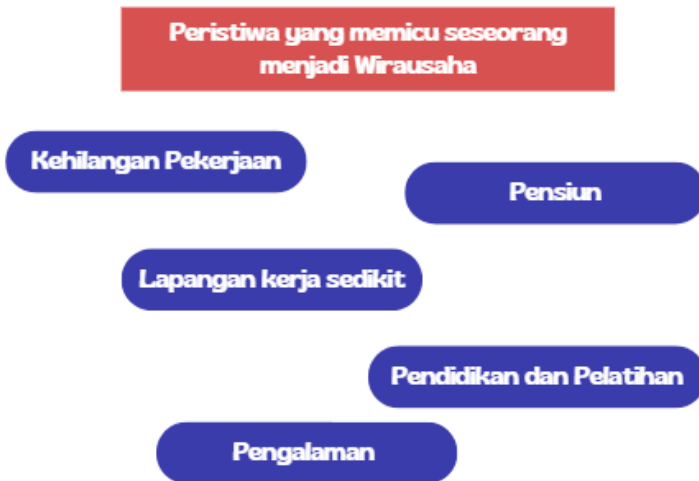
Gambar 7.5 Faktor-faktor Motivasi Berwirausaha

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi berwirausaha antara lain:

1. Faktor Pendidikan terhadap Motivasi Berwirausaha
Pendidikan *entrepreneurship* memberikan pengaruh terhadap motivasi berwirausaha. Dan akan memberikan pengaruh yang signifikan dalam bermotivasi kewirausahaan.
2. Faktor Lingkungan Keluarga terhadap Motivasi Berwirausaha
Lingkungan keluarga memiliki pengaruh yang positif terhadap kemauan seseorang untuk berwirausaha. Dengan dukungan dari keluarga maka akan semakin meningkatkan minat seseorang untuk berwirausaha.

3. Faktor Pengalaman Berwirausaha terhadap Motivasi berwirausaha
Pengalaman berwirausaha memiliki keterkaitan dengan kesuksesan seseorang dalam berwirausaha. Pengalaman yang dimiliki seseorang saat berwirausaha akan dengan mudah membuat seorang dalam membuka usaha, karena sudah memiliki pengalaman terdahulu. Maka dari itu pengalaman berwirausaha dapat memotivasi seseorang berwirausaha baik secara parsial maupun simultan.

M. PERISTIWA YANG MEMICU MOTIVASI WIRAUSAHA



Gambar 7.6 Peristiwa Motivasi Wirausaha

Beberapa kegiatan yang memicu munculnya motivasi untuk bergabung dalam berwirausaha, yakni:

1. Peristiwa yang merenggut pekerjaan, seperti hilangnya pekerjaan karena pemutusan hubungan kerja (PHK).
2. Memasuki usia akhir kerja atau pensiun, sehingga memiliki waktu luang dan mencari kesibukan lain.
3. Sulit mendapatkan pekerjaan, melakukan melamar pekerjaan diberbagai instansi yang ditolak.
4. Telah mengikuti pelatihan dan Pendidikan berwirausaha.
5. Memperoleh *sharing* pengalaman dari wirausaha atau famili yang telah berhasil menjalankan bisnis.

N. STRATEGI DAN IMPLEMENTASI MOTIVASI BERWIRAUSAHA

1. Strategi Motivasi Berwirausaha

Strategi adalah suatu pola tujuan, sasaran, atau rencana besar untuk mencapai tujuan dari bisnis yang sedang atau akan dijalankan oleh suatu perusahaan. Strategi menunjukkan langkah yang akan diambil oleh suatu perusahaan sebagai arah untuk pencapaian tujuan perusahaan.



Gambar 7.7 Strategi motivasi berwirausaha

Setiap perusahaan memiliki strategi masing-masing dalam mencapai tujuannya, perusahaan yang dikelola dengan baik dapat membuat strategi yang sesuai walaupun dinyatakan secara eksplisit. Terdapat beberapa strategi dalam motivasi berwirausaha, diantaranya yaitu:

- a. Memiliki visi dan tujuan yang jelas
Hal tersebut berguna untuk mengetahui bagaimana langkah dan arahnya dalam berwirausaha agar pengusaha mengetahui langkah apa yang harus diambil.
- b. Inisiatif dan selalu proaktif
Hal ini merupakan ciri mendasar dari wirausahawan, yang tidak hanya menunggu sesuatu terjadi, melainkan memulai aktivitas dan mencari peluang sebagai pionir.
- c. Berorientasi pada prestasi
Pengusaha sukses selalu berusaha untuk mencapai kesuksesan yang lebih besar dari kesuksesan mereka sebelumnya. Kualitas produk, pelayanan yang diberikan dan kepuasan pelanggan menjadi perhatian

utama. Setiap kegiatan usaha yang dilakukan harus selalu dievaluasi dan menjadi lebih baik dari sebelumnya.

d. Berani mengambil resiko

Inilah kualitas yang harus dimiliki seorang wirausaha baik dalam bentuk uang maupun waktu, kapanpun dan dimanapun.

e. Bekerja keras

Jam kerja pengusaha tidak dibatasi oleh waktu, dan mereka bekerja dimanapun ada kesempatan. Pengusaha terkadang kesulitan mengatur jam kerjanya. Pikirannya selalu memikirkan kemajuan usahanya. Ide-ide baru selalu menginspirasinya untuk bekerja keras mewujudkannya. Tidak ada kata-kata sulit atau masalah yang tidak dapat terselesaikan.

f. Bertanggung jawab

Bertanggung jawab atas segala kegiatan yang dilakukan saat ini dan di masa yang akan datang. Tanggung jawab seorang wirausaha tidak hanya bersifat material tetapi juga moral terhadap berbagai pemangku kepentingan.

g. Komitmen

Komitmen terhadap berbagai pemangku kepentingan merupakan ciri yang harus dijaga dan dipatuhi. Kewajiban melakukan sesuatu merupakan kewajiban yang harus segera dipenuhi dan dilaksanakan.

h. Mengembangkan dan memelihara hubungan baik

Mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pemangku kepentingan, baik yang berhubungan langsung dengan perusahaan yang dikelola maupun tidak. Hubungan positif yang perlu kita jaga mencakup pelanggan, pemerintah, pemasok, dan komunitas luas.

2. Implementasi Motivasi Berwirausaha

Implementasi motivasi wirausaha melibatkan serangkaian tindakan yang mengubah ide menjadi bisnis yang sukses. Pencapaian kewirausahaan memerlukan proses konkrit yang mengubah motivasi dan semangat menjadi tindakan yang mengarah pada penciptaan dan pengembangan usaha. Dalam implementasi motivasi berwirausaha, wirausahawan harus melibatkan beberapa hal penting, diantaranya yaitu:

- a. Memahami tentang wirausaha
Seorang wirausaha harus memahami apa itu wirausaha, bagaimana risiko dan tantangan seorang wirausaha, dan juga potensi rewardnya. Dengan adanya pemahaman yang baik, maka dapat menghasilkan motivasi karena seorang wirausaha sudah memahami manfaat dari usaha tersebut.
- b. Menentukan tujuan
Wirausahawan harus menetapkan tujuan yang jelas dan juga spesifik, sehingga dapat mencapai kesuksesan bisnis tersebut.
- c. Tidak takut untuk gagal
Motivasi dalam berwirausaha juga mencakup ketahanan terhadap kegagalan. Biasanya kegagalan merupakan awal dari kesuksesan.
- d. Evaluasi dan penyesuaian
Dalam melakukan wirausaha, harus selalu melakukan evaluasi dan juga menyesuaikan strategi yang akan dilakukan. Dengan hal tersebut maka dapat membuat seorang wirausaha fokus dan bermotivasi dalam menjalankan bisnisnya.
- e. Berfikir kreatif dan inovatif
Dalam berwirausaha, harus berfikir secara kreatif untuk menemukan solusi ketika ada masalah. Selain itu juga, berfikir kreatif dan inovatif berguna untuk menciptakan produk baru untuk memenuhi kebutuhan pasar.

O. DAMPAK MOTIVASI BERWIRAUSAHA TERHADAP PEMBANGUNAN EKONOMI

Menurut Harie & Andayanti, 2020 motivasi salah satu faktor utama dalam mempengaruhi pendapatan usaha apabila semakin besar motivasi berwirausaha yang dimiliki wirausaha maka akan semakin besar pula pendapatan usahanya. Seseorang yang ingin menjadi wirausahawan yang sukses harus memiliki motivasi wirausaha yang tinggi. Karena motivasi berwirausaha yang tinggi dapat membentuk etos untuk selalu menjadi hebat dan melakukan segala sesuatu di luar standar yang ada. Kewirausahaan juga merupakan faktor kunci dalam membangkitkan minat berwirausaha. Motivasi bisa datang dari diri sendiri atau dari orang lain.



Gambar 7.8 Dampak Motivasi Berwirausaha terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Dampak motivasi berwirausaha terhadap pembangunan ekonomi diantaranya:

1. Penciptaan Lapangan Kerja

Motivasi berwirausaha, terutama ketika didorong oleh dorongan untuk menciptakan peluang bisnis dan mengatasi masalah ekonomi lokal, dapat menghasilkan penciptaan lapangan kerja yang signifikan. Wirausaha sering kali memulai usaha baru yang membutuhkan tenaga kerja, baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti dalam rantai pasokan atau layanan pendukung. Dengan demikian, mereka membantu mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan partisipasi tenaga kerja, yang pada gilirannya meningkatkan pendapatan rumah tangga dan konsumsi.

2. Stimulasi Pertumbuhan Ekonomi

Motivasi berwirausaha dapat menjadi katalisator untuk pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Wirausaha sering kali menghadapi risiko dan tantangan dalam usaha mereka untuk mengembangkan bisnis baru, tetapi upaya mereka mendorong investasi, inovasi, dan peningkatan

produktivitas. Bisnis-bisnis baru ini tidak hanya menciptakan nilai tambah bagi ekonomi, tetapi juga menciptakan peluang bagi pertumbuhan sektor lain melalui hubungan bisnis, investasi, dan permintaan untuk barang dan jasa.

3. Inovasi dan Penemuan

Motivasi intrinsik atau ekstrinsik berwirausaha dapat mendorong terciptanya inovasi dan penemuan yang signifikan dalam berbagai sektor ekonomi. Wirausaha seringkali memiliki motivasi untuk menemukan solusi yang lebih baik atau lebih efisien untuk masalah yang ada atau untuk memenuhi kebutuhan pasar yang belum terpenuhi. Hal ini mengarah pada pengembangan produk, layanan, atau proses baru yang dapat mengubah lanskap ekonomi dan menciptakan nilai tambah yang signifikan.

4. Peningkatan Produktivitas

Wirausaha yang termotivasi secara intrinsik untuk mencapai kesuksesan bisnis seringkali mendorong peningkatan produktivitas dalam ekonomi. Mereka cenderung mengadopsi praktik terbaik, teknologi baru, dan strategi inovatif untuk meningkatkan efisiensi operasional mereka. Dengan demikian, mereka memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan produktivitas sektor-sektor ekonomi di mana mereka beroperasi.

5. Pengurangan Ketergantungan Sektor Tertentu

Motivasi berwirausaha seringkali berdampak pada diversifikasi ekonomi suatu negara atau daerah dengan mengurangi ketergantungan pada sektor-sektor tertentu. Dengan mempromosikan keberagaman dalam bisnis dan investasi, wirausaha membantu mengurangi kerentanan terhadap fluktuasi pasar dan perubahan eksternal yang dapat mempengaruhi keseimbangan ekonomi.

6. Peningkatan Pendapatan dan Kesejahteraan

Dampak akhir dari motivasi berwirausaha adalah peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan produktivitas, dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, motivasi berwirausaha berkontribusi pada peningkatan standar hidup, akses terhadap layanan penting, dan kesempatan untuk mobilitas sosial dan ekonomi.

Secara keseluruhan, motivasi berwirausaha memiliki dampak yang luas dan positif terhadap pembangunan ekonomi sebuah negara. Mendorong dan mendukung kewirausahaan merupakan strategi yang penting bagi pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

P. STUDI KASUS MOTIVASI BERWIRAUSAHA

Anisa adalah seorang wanita muda berusia 28 tahun yang telah bekerja selama lima tahun terakhir di sebuah perusahaan teknologi besar. Dia memiliki gelar sarjana di bidang teknik komputer dan telah bekerja sebagai pengembang perangkat lunak. Meskipun dia sukses dalam pekerjaannya dan memiliki gaji yang baik, dia merasa terbatas dalam pekerjaannya dan ingin mengejar impian yang lebih besar.

1. Motivasi untuk Berwirausaha

- a. **Kreativitas dan Kebebasan:** Anisa merasa terbatas dalam pekerjaan korporatnya. Dia ingin memiliki kebebasan untuk mengekspresikan ide-ide kreatifnya tanpa harus melalui proses birokrasi yang panjang. Dia ingin menciptakan produk dan layanan yang benar-benar mencerminkan visi dan nilai-nilainya sendiri.
- b. **Pengaruh Positif:** Anisa memiliki minat yang kuat dalam menggunakan teknologi untuk memecahkan masalah sosial. Dia percaya bahwa sebagai seorang wirausaha, dia dapat menciptakan perubahan positif dalam masyarakat melalui produk atau layanan yang inovatif dan berdampak. Misalnya, dia ingin mengembangkan aplikasi untuk mendukung pendidikan di daerah pedesaan yang kurang berkembang.
- c. **Kemandirian Finansial:** Meskipun dia memiliki gaji yang baik, Anisa merasa tidak nyaman dengan ketergantungannya pada penghasilan dari perusahaan tempatnya bekerja. Dia ingin memiliki kontrol lebih besar atas pendapatannya dan memiliki potensi untuk menghasilkan penghasilan yang lebih besar sebagai seorang wirausaha.
- d. **Pengembangan Karier Pribadi:** Anisa percaya bahwa menjadi seorang wirausaha akan memberinya kesempatan untuk terus belajar dan berkembang secara pribadi dan profesional. Dia melihat perjalanan menjadi wirausaha sebagai kesempatan untuk menghadapi tantangan

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, Iswan., & Indrastuty R. Okita (2023). Strategi Penerapan Green Building Di Dki Jakarta Green Building Implementation Strategy In Dki Jakarta. Jurnal Riset Jakarta, Vol. 16, No 1, Juli 2023 Hal. 1-8 DOI: <https://doi.org/10.37439/jurnaldrd.v16i1.75>
- Aini, Q., & Oktafani, F. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 17(2), 151–159.
- Airlangga, U., & Airlangga No, J. (2022). Fungsi Internal Audit Dan Manajemen Risiko Perusahaan: Sebuah Tinjauan Literatur Balqis Nagita Fillia Zunaedi Hayyu Rachma Annisa Murdiyati Dewi (Vol. 24, Issue 1). [Http://Jurnaltsm.Id/Index.Php/Jba](http://Jurnaltsm.Id/Index.Php/Jba)
- Ajzen I. (1991). *The Theory of Planned Behavior Organizational Behavior and Human Decision Processes*, USA: Academic Press, Inc.
- Alfian Ian, Marpaung Muslim. (2017). Analisis pengaruh label halal, Brand dan harga terhadap keputusan pembelian. Vol.2, No.1.
- Alfitra, Dimas Romadhon.(2023). Peran Video Editor Dalam Pembuatan Vidio Cinematic Wedding Di Studio Tripodia Pekanbaru. Skripsi No. 6174/KOM-D/SD-S1/2023 <http://repository.uin-suska.ac.id/7>
- Al-Hasin, Dian Ratna Nabilla. (2022). Analisis Efektivitas Penerapan Standard Operating Procedure (SOP) pada Departemen Community & Academy RUN System (PT Global Sukses Solusi Tbk). Selektta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen E-ISSN: 2829-7547 | Vol. 01, No. 06, 2022, pp. 58-75. <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- Alnas, Amiruddin & M. Fakhriza. (2024). Sistem Informasi Manajemen Persediaan Barang pada Toko Bangunan UD. Alnas Menggunakan Eqonomic Order Quantity(EOQ). Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi ISSN: 2654-3788 Penerbit: Program Studi Teknik Informatika Universitas Pamulange-ISSN: 2654-4229 Vol. 7, No. 2, April 2024(419-425)

- Ananda, A. D., & Susilowati, D. (2017). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*. 1(1). 120-142.
- Anggraeni, F. D., Hardjanto, I., & Hayat, A. (2013). Pengembangan UMKM melalui Fasilitasi Pihak Eksternal dan Potensi Internal. *Jurnal Administrasi Publik*, 1(6)
- Anwar, Muhammad Choirul. (2022). "Pahami 17 Subsektor Ekonomi Kreatif Indonesia Beserta Contohnya", jakarta. <https://money.kompas.com/read/2021/09/18/150044626/pahami-17-subsektor-ekonomi-kreatif-indonesia-beserta-contohnya?page=all>. Diakses pada tanggal 19 mei 2024.
- Arif, & Wibawa, G. R. (2022). Strategi Pengembangan Industri Kreatif Kerajinan Rajapolah Melalui Pendekatan Resource Based View (RBV). *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen (JKBM)*, 9(1), 78–92. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v9i1.8317>
- Arifin, Z. (2013). Pengaruh Corporate Governance Terhadap Reaksi Harga dan Volume Perdagangan Pada Saat Pengumuman Earnings. *Simposium Nasional Akuntansi VI 16-17 Oktober 2003: Surabaya*.
- Armansyah, & Yuritanto. (2021). Pengaruh Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Manajemen Stie Pembangunan Tanjungpinang Angkatan Tahun 2020-2021. *Jurnal Kemunting*, 2(2).
- Arsakiyana, D., & Sulistyowati, R. (2022). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan, Entrepreneurial Traits, Dan Literasi Digital Terhadap Rintisan Bisnis Mahasiswa. *Jurnal Ecogen*, 5(2), 182. <https://doi.org/10.24036/Jmpe.V5i2.12958>
- Artadi, I Putu Hardi Surya. (2023). Implementasi Kebijakan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Di Kabupaten Badung Provinsi Bali. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Suara Khatulistiwa (JIPSK) Akreditasi Jurnal Nasional Sinta 4 ISSN 25280-1852, e-ISSN: 2721-0537 Vol VIII, No.01, Juni 2023*.
- Aryanto, Rudy., et al. (2024). *CREATIVEPRENEURSHIP Membangun Bisnis Di Industri Kreatif. Cet.I. PT Nas Media Indonesia. Klaten*.
- Barringer, B.R.,& Ireland, R.D. (2020). *Entrepreneursip : successfully launching new ventures*.

- Bavli. (2023). Investigation of Entrepreneurship Characteristics of Sports Education Students. *IJEED (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, 6(3)
- Bengu, Hany., Kelin , Selus P., & Hadjon, Ryan P. (2024). Penerapan Etika Bisnis Dalam Kegiatan Umkm Di Era Digital. *Timor Cerdas – Jurnal Teknologi Informasi, Manajemen Komputer dan Rekayasa Sistem Cerdas* Vol.2, No.1, Januari 2024.
- Buchari Alma. (2018). *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta.
- Budihardjo, Andreas., et al. (2023). *Fenomena Bisnis Ekonomi Terkini*. Prasetiya Mulya Publishing. Jakarta.
- Chatra P, M.Afdhal., e al. (2023). *Kewirausahaan 5.0 (Membangun Keberhasilan Wirausaha Pada Era Society 5.0)*. Cetakan Pertama, PT Sonpedia Publishing Indonesia. Jambi.
- CIMB NIAGA. ingin memulai bisnis? Intip ide jenis industri ini. <https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/bisnis/14-jenis-industri-kreatif-yang-menjanjikan> diakses pada 16 mei 2024
- Clarisa, (2023). 6 Rekomendasi pasar seni, surganya penggemar barang antic. *Media Indonesia*. <https://mediaindonesia.com/humaniora/629680/6-rekomendasi-pasar-seni-surganya-penggemar-barang-antik>
- CW, Sandroto., W, Rahmawati., & Darmoyo, S. (2018). The Role of Competencies and Education in Increasing Entrepreneurial Intention in Creative Economy. *International Research Journal of Business Studies* Vol. 11 No.1.
- D, Tapscott. (1998). *Growing up Digital The Rise of the Nex Generation*, New York: McGraw Hill.
- Dainuri, D. (2019). Kontribusi Pendidikan Entrepreneurship: Suatu Upaya Konstruktif Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Pada Mahasiswa. *Journal of Sharia Economics*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.35896/jse.v1i1.54>
- Darmesta, Basu Swastha. (2002). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Daryanto. (1997). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Lengkap*. Surabaya: Apollo.

- Dedi Purwana dan Agus Wibowo. (2017). Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. (2009). Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2010- 2014. Jakarta: Departemen Perdagangan.
- Dewi, Kurnia., Yaspita, Hasanah., & Yulianda, Airine. (2020). Manajemen Kewirausahaan, Cet.I, Penerbit Deepublish, Yogyakarta.
- Dhamayantie, E., & Fauzan, R. (2017). Penguatan Karakteristik Dan Kompetensi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Kinerja Umkm. Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan, March 2017. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2017.v11.i01.p07>
- Dianti, Y. (2017). Peran Kewirausahaan Dalam Pertumbuhan Ekonomi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf)
- Djakfar, M. (2012). Etika bisnis. Jakarta: Penebar PLUS+.
- Echdar, Saban., & Maryadi. (2019). Business Ethics and Entrepreneurship (Etika Bisnis dan Kewirausahaan), Cet.I, Deepublish, Yogyakarta.
- Edi Suharto. (2014). Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat. Bandung: PT Refika Aditama.
- Ernawan, Erni R. (2014). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 11(2).
- Ernawan, Abdul Madir Ichsan., & Finnah Fourqoniah (2021). Penerapan etika bisnis dalam kegiatan produksi pada sektor perdagangan (studi pada rumah potong hewan tanah merah samarinda). *Jurnal ilmu sosial dan pendidikan vol.2, no.5* , November 2021.
- Fahrurrozi, Muh. & Paharudin., (2021). Kewirausahaan, Cet.I, Universitas Hamzanwadi Press, Lombok.
- Fajri, A. (2021). Peran Kewirausahaan dalam Pembangunan Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2), 2548–5911.
- Fatimah, Siti. (2023). Penumbuhan Risk Taking Behaviour Bagi Wirausaha Melalui Ekosistem Ramah Kewirausahaan Dan Inovasi Kebijakan. *Suara.Com*.

<https://www.suara.com/bisnis/2023/12/11/133007/penumbuhan-risk-taking-behaviour-bagi-wirausaha-melalui-ekosistem-ramah-kewirausahaan-dan-inovasi-kebijakan>

- Feren Geovannie, G., Ivonne S, S., & Joubert B, M. (2020). Pengaruh Risiko Bisnis, Risiko Finansial Dan Risiko Pasar Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Bumh Periode Tahun 2011-2018. *Emba*, 8(1), 252–261.
- Firdaus, Nur, Muhammad Irsyad., & Rush, Dartim Ibnu. (2023). Peran Orientasi Kewirausahaan Pada Pembelajaran Dalam Meningkatkan Kreativitas Lulusan. *Edunomika – Vol. 08, No. 01*. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/viewFile/10785/pdfN2023>.
- Fitri, T., & Hidayat, W. (2023). Strategi Penerapan Manajemen Risiko Dalam Meningkatkan Minat Belajar Siswa Di Smk Muhammadiyah 1 Kadungora Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung 2). *Ta'lim*, 2(2).
- Fitriana, Aisyah Nurul., Noor,Irwan., & Hayat, Ainul., (2014). Pengembangan Industri Kreatif Di Kota Batu (Studi tentang Industri Kreatif Sektor Kerajinan di Kota Batu). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 2 No. 2. <https://media.neliti.com/media/publications/77601-ID-pengembangan-industri-kreatif-di-kota-batu.pdf>.
- Fitrianova, Beid., Tarmizi, A. & E, Aurelia Zhwa Putri. (2023). Analisis penerapan bisnis islam dalam keberhasilan usaha (studi pada usaha rempeyek ilham kota jambi). *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi (JURRIE)* Vol.2, No.2 Oktober 2023. ISSN: 2828-7495; p-ISSN: 2828-7487, Hal 238-252 <https://doi.org/10.55606/jurrie.v2i2.1700>
- FoEh, J. E. H. J. (2020). *Perencanaan Bisnis (Business Plan): Aplikasi Dalam Bidang Sumberdaya Alam*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=B8EDEAAAQBAJ>
- Grant, Robert M & Craig, James C (2002) *Strategic Management Manajemen Strategi*. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Gunadi, W. (2020). Prospek dan Strategi Bersaing pada Industri Fesyen. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1).
- Hakim, Alif Lukmanul., et al. (2023). *Ekonomi Kreatif Dari Ide Menjadi Peluang*. Jawa barat, CV Adanu Abimata, 1 – 26.
- Halim, Y. R., & Wijaya, H. (2020). Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Manajemen Risiko Perusahaan Sebagai

- Moderasi. In *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis* (Vol. 13, Issue 2). <https://Jurnal.Pcr.Ac.Id/Index.Php/Jakb/>
- Hamali, Arief Yusuf. 2019. *Pemahaman Praktis Administrasi, Organisasi, dan Manajemen*. 1st ed. Jakarta: Prenada Media Group.
- Hamzah, M. (2020). Efektivitas Pelatihan Keterampilan Dalam Menumbuhkan Kewirausahaan. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, 3(2), 110–121. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/608>
- Hardiyanti, Yenny. (2020). Kemenparekraf: Industri Game Berpotensi dukung ekraf indonesia. <https://news.schoolmedia.id/berita/Kemenparekraf-Industri-Game-Berpotensi-Dukung-Ekraf-Indonesia-2054> (kemenparekraf. (n.d.). subsektor ekonomi kreatif.
- Harie, S., & Andayanti, W. (2020). Pengaruh Motivasi Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Intelektium*, 1(2), 107–114. <https://doi.org/10.37010/Int.V1i2.187>
- Hasibuan, Mega & Nawawi, Zuhri M. (2024). Peran Etika Bisnis Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan (JEMPPER)*, Vol. 3. No. 1. Januari 2024. <https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jempper/article/view/2426/1891>
- Hasoloan, Aswand. 2018. *Peranan Eetika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis*. Jurnal Warta Edisi 57 Universitas Dharmawangsa.
- Hastuti. (2020). Entrepreneurship Development For Students. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(3).
- Hendro. (2011). *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Herdiansyah, Najwan, Johni., & Hasan, Umar. (2022). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Dalam Perspektif Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia. Volume 1 Nomor 1 Mei 2022. <https://www.google.com/search?q=jurnal+tanggungjawab+sosial+perusahaan&oq>
- Herman. (2018). *Manfaat Corporate Social Responsibility oleh Stakeholder Primer dan Sekunder (Studi Kasus Pada PT. Asia Sawit Makmur Jaya*

Provinsi Riau). *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik dan Kebijakan Sosial* - Vol. 2 No. 2 Tahun 2018

- Hidayat, W. W. (2020). *Pengantar Kewirausahaan Teori dan Praktek*. In Pena Persada.
- Hindasah, L. (2022). *Perencanaan Bisnis*. *Perencanaan Bisnis*. <https://doi.org/10.52931/t4b17/2022>
- Husniar, F., Sari, T. R., Safira, A. M., & Kamila, E. R. (2023). Strategi Pengembangan Produk Baru Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 22–34. <https://doi.org/10.55606/Jurima.V3i2.2156>
- Idayati, D. N., & Sulistyowati, R. (2022). Pengaruh Promosi Berbasis Wisata Edukasi Dan Inovasi Produk Batik Pecel Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Ecogen*, 5(2), 226. <https://doi.org/10.24036/Jmpe.V5i2.13059>
- Irfan, Fahmi Muhammad., Suharto & Hanif: (2023). Pengaruh modal usaha dan product innovation terhadap eksistensi UMKM dengan digital marketing sebagai variabel moderating dalam perspektif ekonomi islam. Available at <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie> *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 2023, 1259-1278
- Irham Fahmi. (2013). *Kewirausahaan, Teori, Kasus dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Irham Fahmi. (2016). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Ismail, I., & Wa'adarrahmah, W. (2021). Analisis Peran Pengusaha dalam Mengurangi Pengangguran Terbuka Perspektif Ekonomi Islam di Kota Bima (Studi Kasus HIPMI dan TDA Kota Bima). *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 4(1), 11–26. <https://doi.org/10.52266/jesa.v4i1.741>
- Istiqomah, Nurul., Abdussalaam, Falaah., & Yunengsih, Yuyun. (2024). Implementasi Sistem Informasi Verifikasi Klaim BPJS Pasien IGD Menggunakan Metode Agile. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi* ISSN: 2654-3788 Penerbit: Program Studi Teknik Informatika Universitas Pamulange-ISSN: 2654-4229 Vol. 7, No. 2, April 2024 (435-444)

- Jonathan, Alvin Christian & Valentina, Anny. (2023). peran desain grafis pada peningkatan Brand Awareness Konten Media Sosial Instagram Brand K. *Jurnal Serina sosil humaniora* Vol.1 No.3 (2023)). <https://journal.untar.ac.id/index.php/JSSH/article/view/28357>
- Kartawinata, B. R., Juniarta, P. P., Darmawan, E. D., Sukandi, P., Fuah, R. W., Ilham, B., Imaningsih, N., Keling, M., & Yuniasih, Y. (2023). *KEWIRAUSAHAAN DAN BISNIS. CV. Intelektual Manifes Media*. <https://books.google.co.id/books?id=a8a5EAAAQBAJ>
- Kasidi, (2020) Tantangan Kewirausahaan di Era Ekonomi Digital. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.31331/ieee.v1i1.1223> diakses 13 mei 2024. H.18 – 23.
- Kememparekraf. (2023). Subsektor Ekonomi Kreatif. <https://kememparekraf.go.id/layanan/Subsektor-Ekonomi-Kreatif>
- Khaerul Umam. (2012). *Manajemen Organisasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Khamimah, W. (2021). Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 2017. <https://doi.org/10.32493/dr.b.v4i3.9676>
- Khristianto, Wheny., Supriyanto, Totok., & Wahyuni, Sri. (2015). *Sistem Informasi Manajemen (Pendekatan Sositoteknik)*, Jember: UPT Penerbitan UNEJ.
- Kimberly & Darmady, Irene Sona. (2024). Konsep Ergonomi Baruterkait Lansia Sebagai Prinsip Perancangan Pada Senior Farmers Market. *Jurnal STUPA*, Vol.6 No.1 April 2024. <https://journal.untar.ac.id/index.php/jstupa/article/view/27194/17865>
- Kurniawan, Gogi. (2019). *Kewirausahaan Di Era Revolusi Industri 4.0*, Sasanti Institute, Banyumas,
- Layoo, N & Rahman, W. (2017). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dengan Kinerja Usaha Mikro Kecil di Kabupaten Banggai. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan* Vol.7, No.1, 2017, 29-44. Madcom. (2011). *Sukses Membangun Toko Online Dengan E-Commerce*, Yogyakarta: Andi
- Lee, X. (2009). *Entrepreneurial Competencies as an Entrepreneurial Distinctive: An Examination of the Competency Approach in*

Defining Entrepreneurs. Theses, Institutional Knowledge at Singapore Management University.

- Leibenstein, H. (1986). *Entreprenneurship and Development*. The American Economic Review, Nawawi. (2023). Implementasi Tugas Praktik Bisnis Pada Mata Kuliah Kewirausahaan Dalam Menumbuhkan Minat Mahasiswa Menjadi Intreprenneur. *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(1), 167–181.
- Lubis, P. K. D. (2018). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Keterampilan Berwirausaha Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan. *Niagawan*, 7(2), 95–101. <https://doi.org/10.24114/niaga.v7i2.10756>
- Lumbuun, Gayus. (2008). Telaah Hukum atas Ketentuan Corporate Social Responsibility Dalam UUPT, Makalah, Disampaikan Pada Seminar Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Pada Perusahaan Tambang dalam rangka Lustrum XX Universitas Sahid Jakarta, 2008, hlm. 3-4.
- M, Ulfah. (2019). Intensi Berwirausaha Mahasiswa di Kota Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing Vol. 5, No.3, Oktober 2019*
- Maitri, B., Hartono, C., Jennifer, F., Liana, J., & Buntu Laulita, N. (2022). Analisis Manajemen Risiko Pada Usaha Brownies Umkm Moifoods.Btm. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 245–254. <https://doi.org/10.37531/Mirai.V7i3.2492>
- Majir, A. (2021). Pendidikan Kewirausahaan Teori dan Praktik (Melahirkan Entrepreneurship Handal di Era Industry 4.0 & Society 5.0). Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=nxBNEAAAQBAJ>
- Maksum, H. (2006). Teknik Penyusunan Standard Operating Procedures (SOP): Struktur, Isi, dan Manajemen. Universitas Negeri Padang.
- Mardikanto. (2014). CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggungjawab Sosial Korporasi). Bandung: Alfabeta.
- Masyarakat, J. P., Alfiansyah, R., Pamungkas, R. A., Rosmaningsih, D. E., Swadaya, U., & Jati, G. (2023). Musyawarah: Edukasi Pemasaran Produk Umkm Melalui Strategi Product Branding. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(0), 7. <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/musyawah/>
- Mayuna, Trimurti., & Witanti, Arita. (2023). Identifikasi Genre Musik Pada Platform Spotify Dengan Menggunakan Metode K-Nearest Neighbor.

- Mediana, Elfrida., Yusup, Eka Weni., & Arindawati, Adityasning. (2022). Pengaruh Konten Tiktok @Jeromepolin98 Sebagai Media Edukasi Terhadap Tingkat Pengetahuan Generasi Z. e- ISSN: 2550 – 0813 p - ISSN: 2541 - 657X | Vol 9 No 9 Tahun 2022 Hal. : 3489 – 3496- NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial available online <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/inde>
- Mufdana. (2023). Etika Bisnis: Pengertian, tujuan, prinsip & contoh penerapan. Mandiri Utama Finance. <https://mufdana.muf.co.id/berita/2023/03/etika-bisnis-pengertian-tujuan-prinsip-contoh-penerapan/>
- Muhamad, I. R. I. (2022). Peran Kewirausahaan dalam Perekonomian Indonesia. Kompas.Com, July. <https://money.kompas.com/read/2022/01/02/215320826/peran-kewirausahaan-dalam-perekonomian-indonesia>
- Muhammad Yusuf. (2017). Strategi Inovasi, Pengembangan Produk Dan Orientasi Pasar Pada Industri Perikanan: Sebuah Road Map Dan Desain Penelitian.
- Mulyani, E. (2012). Model Pendidikan Kewirausahaan di Pendidikan Dasar dan Menengah. Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan, 8(1), 1–18. <https://doi.org/10.21831/jep.v8i1.705>
- Mulyani, Sri., (2022). Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Berbasis Game Edukasi untuk Meningkatkan Literasi dan Numerasi pada Siswa. Jurnal Pendidikan dan Media Pembelajaran (UNDIKMA) Vol.02. No.03 Desember 2022.
- Munawaroh, M., Rimayati, H., & Fajarwati. (2016). Kewirausahaan Untuk Strata 1. In Kewirausahaan Untuk Strata 1. <http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/3495/KEWIRAUSAHAAN.pdf?sequence>
- Muthalib, Dzufikri Azis., et a. (2023). Etika Bisnis. Cet. I, Yayasan Cendikia Mulia Mandiri: Batam.
- Mutiarasari, A. (2018). Peran Entrepreneur Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi dan Mengurangi Tingkat Pengangguran. Dinar: Jurnal Prodi

- Ekonomi Syari'ah, 1(2), 51–75. <http://e-jurnal.stail.ac.id/index.php/dinar/article/download/83/90>
- Nani, D. A., & Ali, S. (2020). Determinants of Effective E-Procurement System: Empirical Evidence from Indonesian Local GovernmeNani, D. A., & Ali, S. (2020). Determinants of EffectiveE Procurement System: Empirical Evidence from Indonesian Local Governments. *Jurnal Dinamika Akuntansi. Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 7(1), 33–50. <https://doi.org/10.24815/jdab.v7i1.15671>
- Nawatmi, Sri. (2010) Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam.Fokus Ekonomi vol. 9. no. 1 ISSN: 1412-3851. <https://media.neliti.com/media/publications/24402-ID-etika-bisnis-dalam-perspektif-islam.pdf>
- Nawawi. (2023). Implementasi Tugas Praktik Bisnis Pada Mata Kuliah Kewirausahaan Dalam Menumbuhkan Minat Mahasiswa Menjadi Intrepreneur. *Wawasan : Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(1), 167–181.
- Nengseh, R. R., & Kurniawan, R. Y. (2021a). Efikasi Diri Sebagai Mediasi Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 156. <https://doi.org/10.33603/Ejpe.V9i2.5157>
- Nengseh, R. R., & Kurniawan, R. Y. (2021b). Efikasi Diri Sebagai Mediasi Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 156. <https://doi.org/10.33603/Ejpe.V9i2.5157>
- Noviantoro, G., & Rahmawati, D. (2017). Effect Of Entrepreneurship Knowledge, Entrepreneurial Motivation, And Family Environment For Interest In Entrepreneurship On Accounting Student Of Economics Faculty Of Yogyakarta State University.
- Novrizaldi (2022). *Bonus Demografi, Mahasiswa Harus Miliki Mental Entrepreneur*. <https://www.kemenkopmk.go.id/bonusdemografi-mahasiswa-harus-miliki-mentalentrepreneur> Vol.LVI.,June 1986.
- Nugraha, Ginanjar Indra Kusuma., Rizki Firdaus, Muhammad., & Ratri, Anandhayu Mahatma. (2023). Eksistensi Industri Percetakan dan

Penerbitan di Masa Pandemi Covid-19: Sebuah Prespektif. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Volume 10 No 1 2023
<http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm>

- Nur'aini, F. (2020). *Standart Operating Procedure Cara Praktis dan Efektif Menerapkan SOP di Segala Macam Bisnis* (1st ed.). Yogyakarta: Quadrant.
- Nuraini, H. (2022). Manajemen Risiko Untuk Meminimalisir Masalah Perusahaan. *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(3), 339–350.
- Nurhaifa, I. (2022). *Issn 2746-5764. Wirausaha Dan Kewirausahaan*, 2(*Jurnal Manajemen Diversitas* Vol. 2 No. 2, Mei 2022), 95–96.
- Nurjannah, et al. (2023). Integrasi Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Hospitality* 577. Vol.12 No. 2 Desember 2023. P-ISSN: 2088-4834 E-ISSN : 2685-5534 <http://stp-mataram.e-journal.id/JIH>
- Olivia, Tantri. (2022). Manfaat – manfaat tanggungjawab sosial. *Pusdansi.org* Vol.2 (2) <http://pusdansi.org/index.php/pusdansi/article/view/72/80>
- Pangiuk. (2019). Implementasi Mata Kuliah Kewirausahaan Dan Pengantar Bisnis Dalam Meningkatkan Minat Entrepreneur Mahasiswa (Studi Mahasiswa FEBI UIN Jambi). *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 4(2), 40–54.
- Paramitasari, F., & Muhyadi. (2016). Pengaruh Motivasi Berwirausaha Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas Xi Kompetensi Keahlian Administrasi Perkantoran Smk N 1 Bantul.
- Perpres RI, Pub. L. No. Nomor 22 Tahun 2022 (2022).
- Pinem, R. J. (2019). *Kewirausahaan*. Semarang: Undip Press, Universitas Diponegoro Semarang.
- Populix. (2022). Mengenal Pengertian Etika Bisnis, Teori, Prinsip, dan Contoh. Available at: <https://info.populix.co/articles/etika-bisnis/>, diakses pada tanggal 21 Mei 2024.
- Pratiwi, W. A., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Dan Social Media Marketing Terhadap Sales Performance Pada Ikm Batik Gedog Kabupaten Tuban. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 08(1).

- Prayoga, R.W., & Fadjar, N.S. (2021). Determinan Berwirausaha di Indonesia. *Jurnal ilmiah mahasiswa FEB*, Volume 10(1).
- Prayugo, B., & Kamalia, H. (2023). Perbedaan Jenis Dan Karakteristik Pada Media Penyiaran Radio Dan Televisi. *Qaulan : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* , 3(2), 1-19. Retrieved from <https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/qau/article/view/1108>
- Purwanti, Dewi., Gagah, Edward., & Dhiana, Patricia. (2019). Dewi Purwanti, Edward Gagah, and Patricia Dhiana, 'Pengaruh Kemampuan Usaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Dengan Perkembangan Usaha Sebagai Variabel Intervening', *Jurnal Of Management* .7.1 2019, h.11.
- Purwantini, S., Rusdianti, E., & Wardoyo, P. (2021). Kreativitas Kewirausahaan. *Jurnal Tematik*, 3(2), 192–198.
- Purwatiningsih, Aris Puji. (2022). *Buku Ajar Etika Bisnis & CSR*. Cet.I, PT Nasya Expanding Management. Pekalongan.
- Putri, K., Pradhanawarti, A., & Prabawani, B. (2014). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Modal Usaha Dan Peran Business Development Service Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Pada Sentra Industri Kerupuk Desa Kedungrejo Sidoarjo Jawa Timur). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 024, 1–10.
- Putri, N. K. S. R., & Wirajaya, I. G. A. (2023). Modal Intelektual, Nilai Perusahaan, Dan Manajemen Risiko Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 33(11). <https://doi.org/10.24843/Eja.2023.V33.I11.P16>
- Putri, R. S. (2020). Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Self Efficacy Terhadap Kesiapan Berwirausaha Di Era Revolusi Industri 4.0 Dalam Perspektif Ekonomi Islam.
- Rachmawati, H., & Subroto, W. T. (2022). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. <https://doi.org/10.3360/Ejpe.V10i1.6236>
- Rachmawati, Rina., (2020). *Kewirausahaan*, Cet.I. DEEPUBLISH, Yogyakarta.

- Rahim, A. R., & Basir, B. (2019). Peran Kewirausahaan Dalam Membangun Ketahanan Ekonomi Bangsa. *Jurnal Economic Resource*, 1(2), 130–135. <https://doi.org/10.33096/jer.v1i2.160>
- Rewoldt, et al. (1995). *Strategi Promosi Pemasaran*, Cetakan III, Rineka Cipta, Jakarta.
- Ridhuan, S. (2021). Peran Kewirausahaan dalam Pembangunan Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1–7. <https://ejournal.inzah.ac.id/index.php/iqtishodiyah/article/view/619>
- Rimbawati, nur, Putri Rakhmadhani., & kustulasair, agustina. (2023). perempuan dan eknomi kreatif tenun: perspektif gender. <https://www.google.co.id/books/edition/Perempuan>. H.2. penerbit BRIN. DOI: 10.55981/brin.c669 E-ISBN: 978-623-8372-01-0)
- Rizan, J., & Utama, L. (2020). Pengaruh Keterampilan Kewirausahaan, Orientasi pasar dan Orientasi Penjualan terhadap Kinerja Usaha UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(4), 961. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i4.9878>
- Rudianto. (2013). *Akuntansi Manajemen, Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategi*, Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Rukmana, Arief Yanto., et al. (2023). *Pengantar Sistem Informasi (Panduan Pratis Pengenalan Sistem Informasi & Penerapannya)*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rusdiana. (2014). *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.
- S.Z. Vyedo, O., & Suhartini, A. M. (2019). Peran Ekonomi Kreatif (Subsektor Kuliner, Kriya, dan Fesyen) serta Variabel Lainnya Terhadap Pengangguran. Seminar Nasional Official Statistics. www.bps.go.id
- Sampepajung, D. C. (2018). *Penawaran Baru: Pengenalan Pengembangan Produk- Baru Dan Hubungannya Dengan Inovasi*. Jbmi.
- Sanawiri, B., & Iqbal, M. (2018). *Kewirausahaan*. Universitas Brawijaya Press.
- Sandrio, Laurensius., & Astawa, I Nengah Dasi. (2023). Etika Bisnis Sebagai Acuan Meningkatkan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Online Shop Hedwig Labuan bajo). *JAVOK: Jurnal Akademisi Vokasi* ISSN: 2986-1578 Juni, 2023 vol.2 no.1

- Santoso, Eko Budi., Ismawati, Ananstasia Filiana., & Laturette, Kazia. (2021). Tinjauan tentang tanggung jawab sosial perusahaan : studi di malaysia, Cet.I, DEEPUBLISH, Yogyakarta.
- Sarwandi. (2017). *Otodidak Bikin Toko Online Dengan Prestashop*, Yogyakarta: MediaKom.
- Satriyo, F. B., & Taufiqurahman, E. (2021). Analisis Manajemen Risiko Korporasi Pada Perusahaan Konstruksi (Ditinjau Dari Unsur Pemodal Dan Konsultan Perencana) *Entreprise Risk Management Analysis For Construction Company (A Review Based On Investor And Planning Consultant)*. In *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas* (Vol. 5, Issue 3).
- Schumpeter, Joseph A. (2013). *Capitalism, Socialism and Democracy*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sedarmayanti. (2018). *Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya manusia*. Bandung: Refika Aditama.
- Selly. (2019). Upaya Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Ambon Dalam Perspektif Motivasi David Mc Clelland. *Intelektiva : Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 1(5).
- Setiawan, Azhari. (2022). *Menparekraf: Ekonomi Kreatif Penggerak Utama Pertumbuhan Ekonomi*. 2022. <https://wonderfulimages.kememparekraf.go.id/read/911/menparekraf-ekonomi-kreatif-penggerak-utama-pertumbuhan-ekonomi>.
- Setiyowati. (2022). Menumbuhkan jiwa entrepreneurship mahasiswa di perguruan tinggi. *MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 113–126.
- Sinollah, Maulidiyah, Dewi Nur., & Arsyianto, Mohamad Tody. (2020). *Jurnal sketsa bisnis* Vol. 7, No. 2) <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/SKETSABISNIS/index>
- Siregar, A. R., & M. Nawawi, Z. (2022). Menumbuhkan Perilaku dan Nilai Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Kemandirian Bisnis di Kota Medan. *MES Management Journal*, 2(1), 14–25. <https://doi.org/10.56709/mesman.v2i1.43>
- Sofia, I. P. (2017). *Konstruksi Model Kewirausahaan Sosial (Social Entrepreneurship) Sebagai Gagasan Inovasi Sosial Bagi*

- Pembangunan Perekonomian. *Widyakala Journal*, 2(1), 2.
<https://doi.org/10.36262/widyakala.v2i1.7>
- Sofia. (2023). (Implementasi Pendidikan dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan di Perguruan Tinggi) Studi pada Perguruan Tinggi Muhammadiyah dan Non- Muhammadiyah. *Liabilities Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 6(1).
- Sri Endah, Nurhidayati., et al. (2022). Kebangkitan ekonomi kreatif era pandemi covid -19. *Uwais Inspirasi Indonesia*. Bogor.
- Suci Reffandi, K., & Sulistyowati, R. (2024). Pengaruh Entrepreneurial Education Terhadap Entrepreneurial Intention Pada Siswa Smk Bisnis Daring Dan Pemasaran (Bdp). 8(1).
<https://doi.org/10.26740/jpeka.v8n1.p1-15>
- Sudarsana. (2018). Tinjauan Teoritis Tentang Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Sosiologi* Vol. 2, No.1, Mei 2018. ISSN: 2615-7500.
<https://jurnal.uns.ac.id/dmjs/article/view/23322>
- Sudradjad. (2022). Kiat Mengentaskan Pengangguran dan Kemiskinan Melalui Wirausaha. Bumi Aksara.
<https://books.google.co.id/books?id=FW19EAAAQBAJ>
- Sugihartati, Rahma. (2023). Transformasi Digital: Berkah atau Ancaman bagi UMKM. <https://mediaindonesia.com/opini/601132/transformasi-digital-berkah-atau-ancaman-bagi-umkm>
- Suliana F. (2015). *Berjualan dan Berpromosi Online Terbaik*, Yogyakarta: Andi
- Sulistyowati, R. (2021). A New Decade For Social Changes Does Impact Of Entrepreneurial Literacy And Digital Literacy On A Businessmen Who Influences The Strategy To Maintain Sme In The Pandemic Era? *Technium* , 18. www.Techniumscience.Com
- Surbakti, Krista. (2017). Pengaruh Game Online Terhadap Remaja. *Jurnal Curere* | Vol. 01 | No. 01 | April 2017 | p-ISSN : 2597-9507 | e-ISSN: 2597-9515.
<http://www.portaluniversitasquality.ac.id:5388/ojsystem/index.php/CURERE/article/view/09wFile/20/22>
- Suryadi, Nanang.(2021). *Etika Bisnis, Cet I*, UB Press, Malang.

- Suryadi. (2022). Analisis Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Dan Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Management. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 6(1), 67–83.
- Suryana, Dadan., Karmila, Desi., & Mahyuddin, Nenny. (2023). Pengebangan Game Interaktif dalam meningkatkan kecerdasan anak di TK. Volume 7 Issue 3 (2023) Pages 3084-3096 *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*
- Suwandi, Amelia, Situmorang, M. S., & Parlindungan, , Sholeh. (2024). Peran Kewirausahaan dalam Membangun dan MemajukanPerekonomian Bangsa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 2(1), 224–236.
- Syahbudi, Muhammad. (2021). Ekonomi kreatif indonesia strategi daya saing UMKM industri kreatif menuju go global (sebuah riset dengan model pentahelix), merdeka kreasi: medan.
- Takdir, D., Muhamudin, H., & Zaid, S. (2015). *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Wijaya Mahadi Karya, ISBN : 978-602-74081-1-1
- Tanaya, Putu Edgar. (2016). Tinjauan Sosiologi Hukum Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Etika Bisnis dan Etika Sosial, *Jurnal Komunikasi Hukum*, Volume 2, Nomor 2
- Tarigan, Wico J., et al. (2024). *Kewirausahaan. yayasan cendikia mulia mandiri*, Batam.
- Tazkiya, A., Aldiansyah, M., Sonia, G., & Saparingga, H. S. (2021). Meraih Keberhasilan Negosiasi Bisnis Melalui Keterampilan Berkomunikasi. *Jurnal Sosial Sains*, 1(5), 345–358. <https://doi.org/10.59188/jurnalsosains.v1i5.74>
- Thomas W. Zimmerer dan Norman M. Scarbrought. (2005). *Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*, Jakarta, Erlangga, (terjemahan).
- Tila, S. R. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Dengan Menggunakan Media Sosial (Studi Pada Mahasiswa Febi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh).
- Ujang Sumarwan. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ulfa, S. & M. (2010). *Modul Konsep Dasar Kewirausahaan*. Kemendikbud, 45, 8–13.

<https://docplayer.info/storage/54/34867630/1646635481/JZAvHrBX1AGubb8Sw3HWgg/34867630.pdf>

- Utomo, Kurniawan Prabudi., et al. (2021). Dasar Manajemen dan Kewirausahaan. Widina Bhakti Persada Bandung, Bandung.
- ValidNews. (2023). *Survei Kolaborasi: Anak Muda RI Lebih Pilih Jadi Pengusaha daripada PNS.* Fin Harini. <https://www.validnews.id/ekonomi/kolaborasi-com-anak-muda-indonesia-pilih-jadi-pebisnisdan-investor>
- Wedayanti. (2016). Peran Pendidikan Kewirausahaan Dalam Memediasi Pengaruh Norma Subyektif Terhadap Niat Berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(1).
- Widcaksono, Anggit, & Silmina, Esi Putri., (2023). Rancang Bangun Sistem Informasi Back Office Aplikasi Telemedicine Sebagai Media Pembelajaran. *Jurnal Informatika Terpadu* Vol. 9 No. 2 2023, 119-125
- Widyakusuma & Aryani, (2022). Arsitektur sebagai subsector ekonomi kreatif di Indonesia melalui desain bangunan dengan fungus komersial yang melibatkan imajinasi, ide dan kreatifitas perancang. (studi kasus tipologi bangunan hotel dan kantor). Prosiding seminar nasional unversitas Borobudur 2022.
- Yusniar Lubis, dkk. (2018). Manajemen dan Riset Sumber Daya Manusia. Bandung: Alfabeta.
- Zamzam, Fakhry., & Havis Aravik (2020). Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan. Cet.I, Deepublish: Yogyakarta.
- Zubaedi. (2013). Pengembangan Masyarakat Wacana dan Praktik. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Zuhrinal, & Melsa Siagian. (2023). Pentingnya Kewirausahaan Bagi Perekonomian Bangsa. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 184–190. <https://doi.org/10.55606/optimal.v3i1.966>

PROFIL PENULIS



Dr. Muhammad Rakib, S.Pd., M.Si.

Penulis lahir di Parepare, 31 Desember 1973, Penulis telah menyelesaikan Studi Program Sarjana (S1) Pendidikan Ekonomi di IKIP Ujung Pandang tahun 1997, Program Megister (S2) Ilmu Komunikasi di Universitas Hasanuddin tahun 2002, dan Program Doktor (S3) Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Malang tahun 2009. Penulis sebagai tenaga pengajar di Universitas Negeri

Makassar dengan jabatan fungsional Lektor Kepala dan memiliki jabatan struktural sebagai Wakil Dekan Bidang Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar Periode 2024 - 2028. Penulis memiliki keahlian dalam bidang Ilmu Pendidikan Ekonomi khususnya di bidang kewirausahaan, bisnis, dan kepariwisataan. Penulis telah menghasilkan beberapa artikel yang telah dipublikasikan baik pada jurnal nasional terakreditasi maupun pada jurnal Internasional bereputasi dan telah menulis beberapa buku ber ISBN dalam bidang pendidikan, ekonomi, bisnis, kewirausahaan, dan kepariwisataan, serta memiliki beberapa HKI. Untuk lebih jelasnya, karya-karyanya dapat dilihat melalui:

Scopus Author ID: 57188843132

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-9498-9029>,

Google scholar ID: <https://scholar.google.co.id/citations?user=WVmD6FsAAAAJ&hl=id>,

Sinta ID: 6040644.

Email Penulis: m.rakib@unm.ac.id.



Nurlaila Syarfiah Asfo, lahir di Kota Makassar pada tahun 1974 Pendidikan formal mulai dari Sekolah Dasar sampai dengan Pascasarjana di tempuh di Kota Makassar. Bersekolah pada SDN Mamajang II, SMPN 1 dan SMAN 3 Makassar. Gelar Sarjana Pertanian Prodi Sosial Ekonomi Pertanian (SP) diperoleh di Fakultas Pertanian Universitas Muslim Indonesia. Selanjutnya penulis melanjutkan studi di Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin dan mendapat gelar Magister Sains (M.Si.) pada tahun 2005 dengan konsentrasi pada bidang Ekonomi Sumberdaya. Pengalaman organisasi penulis di Himaprodi Sosek Fakultas Peranian UMI. Pengalaman mengajar antara lain, yaitu Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai Dosen LB dari tahun 2006 sampai dengan tahun 2020. Mengajar pada SMA Muhammadiyah 1 Unismuh tahun 2006 sampai saat ini dan sebagai Dosen Tetap Pada Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Patempo Makassar. Penulis aktif menulis di bidang ekonomi dan telah menerbitkan beberapa jurnal nasional antara lain : “*Analisis Strategi Pemasaran Jasa Menghadapi Pesaing Terhadap Usaha Laundry*”, “*Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan PT Sukses Gatuga Timur Kota Makassar*” dll. Penulis juga aktif menulis buku diantaranya “Manajemen Pemasaran” penerbit oleh Tahta Media, “Strategi Pemasaran” penerbit oleh CV. Ardha Group. Bahan Ajar Kuliah Matematika Ekonomi, Teori Pengambilan Keputusan, Kewirausahaan dan Manajemen Sumberdaya manusia.



Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd.

Dosen Program Studi S2 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya. Penulis merupakan Dosen Tetap Program Studi S2 Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya. Beliau lulus Pendidikan S1 Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya (Unesa) pada tahun 2006. Kemudian melanjutkan jenjang S2 di Pendidikan Ekonomi konsentrasi Pendidikan Manajemen dan Bisnis Pasacasarjana UNESA tahun 2012, dan melanjutkan ke jenjang S3 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang (UM), Program Studi S3 Pendidikan Ekonomi pada tahun (2022).

Selain menjadi Dosen tetap, saat ini beliau sebagai Sekjen Aliansi Pendidik dan Praktisi Bisnis Indonesia (APSIBI), konsultan dan turut aktif menjadi pendamping/mentor UMKM serta motivator dan narasumber dalam bidang, pendidikan, *entrepreneurship*, *marketing*, *digital marketing*, *salesmanship* dan *service excellent*.

Beliau juga sudah mengantongi berbagai sertifikat pelatihan seperti sertifikat dalam pelatihan teknis dengan pelatihan asesor kompetensi skema bidang Merek, Layanan, Penjualan, *Certified Microsoft Innovative Educator*, *Certificate Professional Competency Training Titled 21ST Century Learning Design by Microsoft Partner*, serta *Certificate Microsoft Office Specialist: Word 2019 Associate* tahun 2023. Kemudian, beliau mendapatkan sertifikasi kompetensi dari Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP) bidang Manajemen Sumber Daya Manusia, Metodologi Instruktur, Pendamping Kewirausahaan, dan Pendamping UMKM. Selain sertifikasi, penulis juga sudah menerbitkan buku yaitu *Salesmanship*, *Pelayanan Prima*, *Statistik Pendidikan Bisnis*, *Pendidikan Dan Sumber Daya Manusia: Menggagas Peran Pendidikan Dalam Membentuk Modal Manusia*, dan *E-Commerce*. Beliau juga memiliki beberapa HAKI Paten meliputi video, poster, assesment, e-modul, dan buku.

Beliau juga aktif sebagai entrepreneur, dalam menjalankan usaha di sela kesibukan sebagai Dosen. Penulis merintis dan menekuni bisnis seperti tas dengan brand *canvazone* dan *magasky* untuk souvenir bagi penyelenggara seminar di perguruan tinggi sejak kuliah dengan dua visi dalam berbisnis,

yakni visi *entrepreneur* dan *sosioentrepreneur*. Selain untuk pemberdayaan, tujuan bisnis yang dijalankan penulis yaitu ingin meminimalisir penggunaan tas plastik baik di dalam lingkungan rumah tangga maupun perguruan tinggi.

Email: rayasulistiyowati@unesa.ac.id.



Siti Asiyah, S.Pd.I.,M.Pd.I

Penulis lahir di Malang tanggal 29 Januari 1968. Penulis telah menyelesaikan studi program sarjana (S1) Pendidikan Agama Islam di STAI Said Perintah Masohi tahun 2009, dan program Magister (S2) Pendidikan UIN Alaudin Makassar tahun 2012. Penulis saat ini sebagai tenaga pengajar pada STAI Said Perintah Masohi dengan jabatan fungsional lektor dan jabatan struktural Pembantu Ketua II. Penulis telah

menulis buku, beberapa artikel dan hasil penelitian yang sudah dipublikasikan pada jurnal nasional.

Kewirausahaan merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi suatu bangsa. Di tengah dinamika global yang terus berubah, kemampuan untuk berinovasi dan beradaptasi menjadi kunci sukses bagi para wirausahawan. Buku ini disusun dengan tujuan memberikan panduan praktis dan inspiratif bagi mereka yang ingin memulai atau mengembangkan usaha, serta bagi para akademisi dan praktisi yang tertarik pada dunia kewirausahaan.



DIREKTORAT JENDERAL HAK SAHAJI INTELEKTUAL
KEMENTERIAN KULTUR & KEMASAN REPUBLIK INDONESIA

CV. Tahta Media Group
Surakarta, Jawa Tengah
Web : www.tahtamedia.com
Ig : tahtamedia group
Telp/WA : +62 896 5427 3996

ISBN 978-623-147-445-2



9 786231 474452