

KEWIRAUSAHAAN DI ERA SOCIETY 5.0



Andi Asari, I Nyoman Wahyu Widiana,
Hermawansyah, Siti Mujanah, Winbaktianur,
Siti Azizah, Nekky Rahmiyati, Sri Asfirawati Halk,
Tri Andjarwati, Ivan Sunata, Ratna Hartayu,
Yulyar Kartika Wljayanti,
Alexander Waworuntu, Sumlati, Abdurohim.

Kewirausahaan Era Society 5.0

Andi Asari
I Nyoman Wahyu Widiana
Hermawansyah
Siti Mujanah
Winbaktianur
Siti Azizah
Nekky Rahmiyati
Sri Asfirawati Halik
Tri Andjarwati
Ivan Sunata
Ratna Hartayu
Yulyar Kartika Wijayanti
Alexander Waworuntu
Sumiati
Abdurohimi

MITRA ILMU
2023

Kewirausahaan Era Society 5.0

Penulis:

Andi Asari, I Nyoman Wahyu Widiana, Hermawansyah, Siti Mujanah, Winbaktianur, Siti Azizah, Nekky Rahmiyati, Sri Asfirawati Halik, Tri Andjarwati, Ivan Sunata, Ratna Hartayu, Yulyar Kartika Wijayanti, Alexander Waworuntu, Sumiati, Abdurohim.

ISBN: 978-623-145-025-8

Editor:

Andi Asari, M.A

Desain Sampul dan Tata Letak:

Restu Tulus Lestari

Penerbit:

Mitra Ilmu

Kantor:

Jl. Kesatuan 3 No. 11 Kelurahan Maccini Parang
Kecamatan Makassar Kota Makassar
Hp. 0813-4234-5219/081340021801
Email: mitrailmua@gmail.com
Website: www.mitrailmumakassar.com
Anggota IKAPI Nomor: 041/SSL/2022

Cetakan pertama: Maret 2023

Dilarang memperbanyak, menyalin, merekam sebagian atau seluruh bagian buku ini dalam bahasa atau bentuk apapun tanpa izin tertulis dari penerbit atau penulis.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB 1 KONSEP WIRAUSAHA DI ERA DIGITAL	1
A. PENDAHULUAN	1
B. KONSEP DASAR KEWIRAUSAHAAN DI ERA DIGITAL	2
C. JENIS WIRAUSAHA DI ERA DIGITAL	3
D. KARAKTERISTIK WIRAUSAHA DI ERA DIGITAL	5
DAFTAR PUSTAKA	7
BAB 2 PENUNJANG KESUKSESAN WIRAUSAHA DI ERA DIGITAL	8
A. LATAR BELAKANG WIRAUSAHA DI ERA DIGITAL	8
B. KONSEP WIRAUSAHA DI ERA DIGITAL.....	10
C. PROSES MENJADI SEORANG WIRAUSAHA DI ERA DIGITAL	11
D. UNSUR PENTING DALAM WIRAUSAHA DI ERA DIGITAL	12
E. KARAKTERISTIK WIRAUSAHA.....	13
F. FAKTOR-FAKTOR YANG MENYEBABKAN KEGAGALAN WIRAUSAHA	16
DAFTAR PUSTAKA	18
BAB 3 PELUANG WIRAUSAHA DI ERA 5.0.....	19
A. PENDAHULUAN	19
B. PEMBAHASAN	21
C. PENUTUP.....	31
DAFTAR PUSTAKA	32
BAB 4 IDE WIRAUSAHA ERA 5.0	33
A. DEFINISI WIRAUSAHA ERA 5.0.....	34
B. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERKEMBANGAN IDE WIRAUSAHA DI ERA 5.0....	35
C. IDE BISNIS BAGI PEMULA DI ERA 0.5	36

D. ANALISIS PERBANDINGAN IDE WIRAUSAHA ERA SEBELUMNYA DAN ERA 5.0	37
E. KEUNIKAN ERA 5.0 DALAM DUNIA WIRAUSAHA	38
F. IDE WIRAUSAHA ERA 5.0	39
G. PENCARIAN IDE WIRAUSAHA.....	43
H. SIMPULAN	44
DAFTAR PUSTAKA	45
BAB 5 KREATIVITAS WIRAUSAHA ERA 5.0	46
A. PENDAHULUAN	46
B. PENGERTIAN KREATIVITAS	47
C. MANFAAT KREATIVITAS.....	49
D. DIMENSI KREATIVITAS.....	50
E. CIRI-CIRI KREATIVITAS ERA 5.0	54
F. TAHAP BERPIKIR KREATIF	56
G. KESIMPULAN.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59
BAB 6 BUSINESS MODEL CANVAS	61
A. MENGENAL BUSINESS MODEL CANVAS.....	61
B. BMC BERKELANJUTAN: THE TRIPLE LAYERED BMC.....	67
DAFTAR PUSTAKA	70
BAB 7 MANAJEMEN KEUANGAN ERA 5.0.....	71
A. PENDAHULUAN	71
B. BENTUK-BENTUK LAPORAN KEUANGAN.....	72
C. FUNGSI DAN TUJUAN MANAJEMEN KEUANGAN	72
D. ANALISIS DATA KEUANGAN.....	74
E. KEUANGAN DIGITAL	82
F. MANAJEMEN RISIKO KEUANGAN	82
G. IDENTIFIKASI DAN PENGELOLAAN RISIKO KEUANGAN.....	83
H. MANAJEMEN INVESTASI.....	84
I. APLIKASI KEUANGAN POPULER UNTUK UMKM DI INDONESIA.....	86
J. PEMBIAYAAN ALTERNATIF.....	87
K. APLIKASI AKUNTANSI.....	88
DAFTAR PUSTAKA	90

BAB 8 MANAJEMEN SDM ERA 5.0	91
A. PENJELASAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA (MSDM).....	91
B. KONSEP MANAJEMEN SDM ERA 5.0.....	92
C. BASIS TEORI MANAJEMEN SDM.....	93
D. PENDEKATAN MANAJEMEN SDM.....	94
DAFTAR PUSTAKA	99
BAB 9 MANAJEMEN PEMASARAN 5.0	100
A. PENDAHULUAN	100
B. DINAMIKA PERUBAHAN PEMASARAN	100
C. KESENJANGAN GENERASI DAN POLARISASI	106
D. RINTANGAN, ANCAMAN, DAN HARAPAN DALAM DIGITALISASI.....	110
E. STRATEGI MENGHADAPI TEKNOLOGI DIGITALISASI UNTUK PEMBERDAYAAN PEMASARAN 5.0.....	112
F. KETERSEDIAAN OPSI PRODUK BARU MENGHADAPI MANAJEMEN PEMASARAN 5.0.....	114
DAFTAR PUSTAKA	116
BAB 10 KOMUNIKASI BISNIS DAN NEGOSIASI.....	117
A. PENGERTIAN KOMUNIKASI.....	117
B. PROSES KOMUNIKASI	117
C. MEMAHAMI KOMUNIKASI BISNIS	118
D. NEGOSIASI	121
DAFTAR PUSTAKA	125
BAB 11 ETIKA BISNIS DALAM WIRAUSAHA ERA 5.0	127
A. ETIKA BISNIS	127
B. WIRAUSAHA ERA 5.0	128
C. ISU DAN TANTANGAN ETIKA BISNIS DALAM WIRAUSAHA ERA 5.0	128
D. KESIMPULAN.....	134
DAFTAR PUSTAKA	135
BAB 12 STRATEGI PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN DI ERA 5.0.....	136
A. HUBUNGAN KEWIRAUSAHAAN ERA 4.0 DAN	

ERA 5.0	136
B. ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT 5.0.....	137
C. BAGAIMANA STRATEGI BISNIS START UP MASUK KE ERA 5.0	138
D. PELUANG PADA KEWIRAUSAHAAN SOSIAL DI ERA 5.0	139
E. KESIMPULAN	142
DAFTAR PUSTAKA	144
BAB 13 E-COMMERCE.....	145
A. PENDAHULUAN	145
B. E-COMMERCE VS E-BUSINESS	147
C. TEKNOLOGI YANG MENDORONG PERKEMBANGAN E- COMMERCE	148
D. FITUR UNIK E-COMMERCE	150
E. JENIS E-COMMERCE	152
F. KESIMPULAN	158
DAFTAR PUSTAKA	160
BAB 14 STARTUP DIGITAL.....	161
A. PENGERTIAN STARTUP DIGITAL	161
B. PERKEMBANGAN STARTUP DI INDONESIA	162
C. CARA MEMBANGUN STARTUP DIGITAL.....	163
D. CARA MENGEMBANGKAN STARTUP DIGITAL	166
E. KESALAHAN CARA MEMBUAT BISNIS STARTUP	167
F. ALASAN STRATUP DIGITAL HARUS MENGGUNKAAN SOFTWARE MARKETING AUTOMATION	168
G. BEBERAPA JENIS STARTUP BERBASIS TEKNOLOGI...	169
DAFTAR PUSTAKA	171
BAB 15 TREND DAN ISU GLOBAL KEWIRSWASTAAN DALAM MENYONGONG ERA SOCIATY 5.0.....	172
A. PENDAHULUAN.....	172
B. FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEGAGALAN DALAM KEWIRASWATAAN PADA ERA SOCIATY 5.0..	175
C. KEBERHASILAN SEORANG WIRASWASTA DALAM MEMIMPIN PERUSAHAAN	176
D. KEMAMPUAN DALAM MENETAPKAN KEPUTUSAN	

STRATEGIS	178
DAFTAR PUSTAKA	181
BIODATA PENULIS	185

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan yang maha Esa, karena atas pertolongan dan limpahan rahmatnya sehingga penulis bisa menyelesaikan buku yang berjudul Manajemen Perpustakaan Digital. Buku ini di susun secara lengkap dengan tujuan untuk memudahkan para pembaca memahami isi buku ini. Buku ini membahas tentang konsep wirausaha di era digital, penunjang kesuksesan wirausaha di era digital, peluang wirausaha di era 5.0, ide wirausaha era 5.0, kreativitas wirausaha era 5.0, business model canvas, manajemen keuangan era 5.0, manajemen sdm era 5.0, manajemen pemasaran 5.0, komunikasi bisnis dan negosiasi, etika bisnis dalam wirausaha era 5.0, strategi pengembangan kewirausahaan di era 5.0, e-commerce, startup digital, trend dan isu global kewirswastaan dalam menyongong era society 5.0.

Kami menyadari bahwa buku yang ada ditangan pembaca ini masih banyak kekurangan. Maka dari itu kami sangat mengharapkan saran untuk perbaikan buku ini dimasa yang akan datang. Dan tidak lupa kami mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penerbitan buku ini. Semoga buku ini dapat membawa manfaat dan dampak positif bagi para pembaca.

2 April 2023

Penulis

BAB 1

KONSEP WIRAUSAHA DI ERA DIGITAL

Oleh Andi Asari

A. PENDAHULUAN

Herve dalam (Zulkifli et al., 2023) menyatakan kemajuan teknologi memiliki dampak besar pada kelangsungan hidup bisnis dan kewirausahaan modern dalam jangka panjang. Globalisasi selalu didorong oleh teknologi, yang telah merevolusi cara orang berkomunikasi, berinteraksi, dan berbelanja. Saat ini, persaingan bisnis tidak hanya dengan perusahaan lokal, tetapi juga dengan perusahaan multinasional dengan lebih banyak sumber daya dan teknologi yang lebih modern.

Untuk bersaing dan bertahan di pasar era digital ini, bisnis dan pengusaha perlu terus memperbarui dan meningkatkan teknologi mereka. Agar tetap kompetitif, perusahaan harus selalu berinovasi dan mengikuti perkembangan teknologi terkini. Dalam hal ini, pengusaha harus mengikuti tren terbaru dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi. Secara umum, teknologi penting untuk kelangsungan bisnis dan kewirausahaan jangka panjang (Zulkifli et al., 2023).

Pengusaha di seluruh dunia menghadapi peluang dan tantangan baru karena fenomena yang dikenal sebagai era digital. Pengusaha sekarang menghadapi persaingan ketat dari platform digital, mengubah preferensi pelanggan dan kemajuan teknologi. Pengusaha memiliki banyak peluang besar di era digital, namun banyak yang berjuang untuk sukses (Mukhtar, 2020).

Media sosial, situs web, dan pasar online adalah semua alat yang dapat digunakan pemilik bisnis untuk menumbuhkan basis pelanggan dan meningkatkan pendapatan mereka. Namun, kemajuan teknologi juga menimbulkan ancaman yang signifikan bagi kelangsungan bisnis. Dalam keadaan seperti itu, akan menjadi tantangan bagi perusahaan untuk mempertahankan daya saing pasar dan beradaptasi dengan kemajuan teknologi (Bala & Verma, 2018).

Akibat dampak era digital, dinamika kehidupan, termasuk bisnis, berubah. Hal ini tidak dapat dikesampingkan karena waktu telah membuat memperoleh peluang bisnis lebih mudah dan lebih cepat. Dengan menggunakan teknologi ini, pasar akan lebih mudah terbentuk, tidak membutuhkan banyak modal, dan masyarakat dapat berbisnis di mana

saja melalui teknologi digital, baik melalui website, Instagram, Facebook atau platform media sosial lainnya. Fenomena ini dipengaruhi oleh maraknya para pengusaha online, tak terkecuali kalangan muda termasuk mahasiswa. Jika mereka bisa mendapatkan uang di rumah melalui bisnis online, mereka tidak akan mau melamar pegawai negeri, dan mereka tidak akan pergi ke kota atau bahkan ke luar negeri. Dulu orang tidak mau membuka usaha karena mengira butuh modal besar, sekarang tidak. Perilaku orang telah diubah oleh teknologi itu sendiri, dan jika tidak dipertahankan, mereka akan belajar bagaimana memanfaatkannya (Maryati & Masriani, 2019).

Menurut analisis tahun 2019 oleh Temasek, Google, dan Bain & Company, ekonomi digital Indonesia diperkirakan akan tumbuh pada tingkat tahunan sebesar 49%. Pasar e-commerce Indonesia diperkirakan akan tumbuh hingga lebih dari US\$130 miliar pada tahun 2025. Hasilnya, Indonesia menjadi salah satu ekonomi digital terbesar di dunia (Tambunan et al., 2021).

B. KONSEP DASAR KEWIRAUSAHAAN DI ERA DIGITAL

Perusahaan digital, atau kewirausahaan di era digital, adalah aktivitas bisnis yang dipengaruhi secara digital yang melibatkan penerimaan dan penggunaan teknologi digital untuk mengubah bisnis tradisional menjadi bisnis digital. Kewirausahaan sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi. Dalam konteks ini, kewirausahaan yang baik dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan mendorong pertumbuhan ekonomi (Joewono, 2011).

Kemampuan yang sangat baik untuk mengidentifikasi peluang, meningkatkan sumber daya utama, memberikan proposisi nilai untuk produk dan layanan yang lebih unggul dan berbeda dari pesaing, mengembangkan hubungan dengan pemasok, distributor dan dealer, mengenali dan membangun hubungan dengan pelanggan, kepatuhan terhadap peraturan legalitas, mencari sumber modal untuk usaha, menjalankan promosi yang efektif dan efisien, dll, merupakan prinsip dasar kewirausahaan yang masih relevan dan dapat diterapkan di dunia digital. Perubahan mendasar di era digital terletak pada bisnis yang mengandalkan teknologi digital dan terhubung dengan pelanggan dan konsumen yang dapat menggunakan teknologi digital (Wardhana, Aditya, 2021).

Kewirausahaan di era digital diperlukan agar dapat menjadi wirausahawan dengan produk yang lebih beragam dan berbeda dari

pesaing, akses layanan yang lebih cepat, nyaman dan mudah, dan peluang kerja sama yang lebih besar, sehingga membuat bisnis lebih efektif dan efisien. Mudah mencari berbagai jenis informasi, mengumpulkan data, membuat konten yang menarik, permintaan produk dan layanan yang terus meningkat sesuai dengan dinamika pasar, menggunakan berbagai jaringan promosi di berbagai platform, aplikasi kecerdasan buatan, pekerja lepas nasional dan global, aplikasi terjemahan bahasa yang cepat dan mudah, dan lebih banyak lagi sumber daya baru yang dapat dimanfaatkan oleh pemberi kerja (Wardhana, 2022).

Di era digital, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi akan membantu mempercepat akses dan pemrosesan transaksi bisnis, meningkatkan efisiensi operasi bisnis, memperluas cakupan pasar, meningkatkan kenyamanan komunikasi bisnis, berbagi kapasitas besar data, dan memberikan informasi layanan pelanggan 24 jam yang komprehensif untuk meningkatkan akurasi. , memfasilitasi akses ke volume informasi dan nilai penjualan serta penarikan kembali inventaris secara real-time, meningkatkan keamanan data dan informasi, memfasilitasi koordinasi dan integrasi internal dan eksternal, meningkatkan keterlibatan pelanggan, dan banyak lagi (Wardhana, Aditya, 2021)

C. JENIS WIRUSAHA DI ERA DIGITAL

Ada lima kategori dasar perusahaan digital yang bisa digunakan untuk memulai bisnis di era digital:

1. Bisnis yang digerakkan oleh konten menawarkan berbagai materi digital yang menarik dan spesifik yang selalu terkini sebagai bagian dari nilai yang diberikan kepada pelanggan. Infografis, halaman web, video, e-book, media sosial, webinar, ilustrasi, presentasi, presentasi online, buletin, artikel situs web, posting blog, acara, pengingat email, dll. Adalah contoh bisnis berbasis konten. Tujuan dari bisnis berbasis konten adalah untuk meningkatkan kesadaran konsumen dan pelanggan terhadap merek, menjadi indikator keberhasilan SEO, meningkatkan konsumsi dan konversi pelanggan, dan menjadi investasi jangka panjang dalam membangun hubungan pelanggan atau keterlibatan pelanggan. menarik audiens melalui peningkatan keterlibatan Untuk memberikan komentar, keluhan, saran atau tertarik untuk bergabung dan mendidik pelanggan potensial, sehingga menghasilkan perhatian (Maryati & Masriani, 2019; Wardhana, Aditya, 2021).

2. "Bisnis berbasis komunitas" mengacu pada perdagangan berbasis konten yang tidak hanya menyediakan berbagai konten khusus komunitas, yang sebagian besar merupakan hasil kontribusi dari anggota komunitas, tetapi juga menyediakan forum aktif dan interaktif bagi anggota komunitas. Diskusi antar anggota komunitas tentang berbagai topik diskusi komunitas. Komunitas, Komunitas Go-Jek, Komunitas Konsep My Starbucks, Komunitas Beauty Talk Sephora, dll adalah contoh bisnis berbasis komunitas. Meningkatnya kepercayaan dan loyalitas publik terhadap produk dan layanan perusahaan, peningkatan eksposur merek, ikatan emosional antara anggota komunitas dan konsumen baru, dan hubungan jangka panjang dengan anggota komunitas lainnya adalah keuntungan dari bisnis berbasis komunitas (Wardhana, 2016).
3. Toko online adalah platform untuk menjual barang atau jasa dengan membuat situs web toko online dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dan mengukur penjualan. Ini adalah bisnis berbasis toko online. Memiliki ajakan bertindak (CTA) atau gambar atau teks yang jelas, mendorong calon pelanggan untuk melakukan pembelian, memberikan detail gambar produk, memberikan gambar produk saat digunakan, memberikan rekomendasi produk lain, menampilkan peringkat produk untuk setiap produk yang dijual, memberikan navigasi yang mudah dan terstruktur, menawarkan pembayaran yang komprehensif, dan lebih banyak lagi adalah keunggulan dari toko online yang hebat. Contoh toko online antara lain Shopee, Tokopedia, BukaLapak, Lazada, dll. Toko online digunakan untuk memahami preferensi pelanggan, menemukan peluang *cross-sell* atau *up-sell*, dan bahkan untuk berlangganan (Maryati & Masriani, 2019; Wardhana, Aditya, 2021).
4. Bisnis perjuduhan adalah tentang bertemu klien dan pembeli yang belum pernah Anda temui. Pertemuan bisnis antara peserta bisnis dan mitra pemasoknya, mitra distribusi, mitra atau investor, dan mitra pembeli-penjual adalah definisi lain dari acara perjuduhan dan perjuduhan. Gojek, OpenSite, Traveloka, dan layanan serupa lainnya adalah contoh bisnis perjuduhan. Setelah berhasil menjodohkan pembeli dan penjual yang membutuhkan, bisnis pencocokan biasanya menghasilkan pendapatan berupa komisi, biaya penanganan atau biaya transaksi. Tujuan dari bisnis perjuduhan adalah untuk memahami secara mendalam kebutuhan pembeli dan penjual. Harapan untuk produk atau layanan untuk membangun platform yang memungkinkan kedua belah pihak

- memanfaatkan platform yang ada, mengurangi risiko investasi fisik hanya dengan menyediakan platform, dan mendorong pertumbuhan dan pemberdayaan bisnis (Wardhana, Aditya, 2021).
5. Bisnis yang mengandalkan promosi untuk mendatangkan pelanggan baru ke bisnis mereka yang sudah ada dikenal sebagai promosi perusahaan. Sebagian besar pelanggan lama tertarik untuk mendapatkan pelanggan baru, namun sulit bagi pemilik UMKM atau start-up untuk mendapatkan pelanggan baru di era digital. Promosi dapat menarik pelanggan baru untuk menghubungi bisnis, mengunduh informasi, menawarkan kupon atau penawaran khusus, dan lainnya (Wardhana, Aditya, 2021).

D. KARAKTERISTIK WIRUSAHA DI ERA DIGITAL

Karakteristik utama wirausaha di era digital sebagai berikut (Wardhana, Aditya, 2021; Wardhana, 2022):

1. Pengetahuan telah menjadi aspek penting dari kesuksesan bisnis di era digital. Kecerdasan buatan (AI) secara bertahap menggantikan manusia dalam menciptakan produk dan layanan.
2. Teknologi digital dapat mengubah berbagai data dan informasi tradisional menjadi bentuk digital agar lebih efisien. (Tidak perlu banyak ruang, transfer data massal lebih cepat, menjangkau audiens yang lebih jauh, dll.). Kualitas data dan informasi di forum digital telah meningkat dan menjadi lebih murah dibandingkan dengan modul analog. E-book, katalog produk, e-mail, e-money, e-banking, telekoferensi dan teknologi terkait lainnya adalah contohnya.
3. Gunakan teknologi saat ini untuk virtualisasi. Infrastruktur fisik yang berbeda dapat dikurangi dengan menggunakan fungsi aplikasi yang berbeda. Contoh kamera digital, pemindai webcam, video, pengelola file, rapat virtual, dan contoh lainnya.
4. Orang memiliki banyak pilihan untuk beradaptasi dengan perubahan.
5. Penggunaan internet. Untuk membuat operasi bisnis digital lebih efektif dan efisien, diperlukan kemitraan bisnis berbasis internet dengan penyedia teknologi, mitra konten, pemasok, distributor, pengecer, komunitas, pedagang, penyewa, dan pihak berkepentingan lainnya.
6. Disintermediasi. Perusahaan di era digital tidak lagi membutuhkan perantara (pihak perantara antara pemasok dengan pelanggan).

- Bisnis yang menggunakan Internet of Things (IoT) tidak lagi membutuhkan layanan perantara.
7. Titik temu. Di era digital, kesuksesan bisnis dapat dicapai dengan mengintegrasikan tiga C atau 3 C: komputasi, komunikasi, dan konten. Persaingan sesungguhnya berupa konten sebagai layanan atau sebagai layanan ke pasar digital.
 8. Bisnis di era digital harus mampu mempertahankan keunggulan kompetitif, sehingga perlu terus berinovasi dengan cara-cara yang tidak mudah ditiru oleh pesaing. Oleh karena itu, untuk menjadi *market leader* diperlukan inovasi yang cepat dan berkelanjutan melalui penerapan *learning organization*.
 9. Konsumen harus mampu mengubah dirinya menjadi produsen agar dapat menyediakan produk dan layanan kepada masyarakat dan komunitasnya di era digital. Suatu perusahaan digolongkan sebagai Prosumer ketika seseorang harus membayar untuk mengakses sistem dan menjadi anggota komunitas dengan membayar sejumlah tertentu.
 10. Pelanggan di era digital akan menghadapi banyak produk yang sebanding dan bahkan penyedia layanan yang sama. Konsumen sering memilih pemasok produk dan layanan yang lebih murah, lebih baik, dan lebih cepat. Lebih murah berarti harga yang lebih rendah untuk barang dan jasa yang berkualitas lebih tinggi (lebih baik) dan dikirim lebih cepat daripada produk dan jasa pesaing yang sebanding. Oleh karena itu, di era digital, perusahaan harus mampu menekan biaya manufaktur, biaya promosi, biaya hukum, dan biaya pengiriman serendah mungkin, sembari memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk memberikan layanan secara cepat dan tepat waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Bala, M., & Verma, D. (2018). A Critical Review of Digital Marketing . *International Journal of Management*, 8(10), 321–339.
- Joewono, H. (2011). Strategi Pengembangan Kewirausahaan Nasional: Sebuah Rekomendasi Operasional. *Jurnal Infokop*, 11, 1–23.
- Maryati, W., & Masriani, I. (2019). Peluang Bisnis di Era Digital Bagi Generasi Muda dalam Berwirausaha. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 4(2), 53–58.
- Mukhtar, J. (2020). *Konsep Fundamental Kewirausahaan Dan Makro*. 10.
- Tambunan, Y. S., Tanjung, M., Sinaga, N. A., & Windari, F. (2021). Sosialisasi Meningkatkan Wirausaha Masyarakat di Era Digital. *Dedikasi Sains Dan Teknologi*, 1(1), 82–92. <https://doi.org/10.47709/dst.v1i1.1060>
- Wardhana, Aditya, et al. (2021). *Pemanfaatan Teknologi Informasi Bagi Masyarakat*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Wardhana, A. (2016). Pengaruh Strategi Pemasaran Komunitas Terhadap Loyalitas Merek Toyota di Indonesia. *DeReMa: Jurnal Manajemen*, 11(2), 235–253.
- Wardhana, A. (2022). Kewirausahaan di Era Digital. In *Solopos* (Issue January). Bandung: CV. Media Sains Indonesia. <https://www.solopos.com/digital-entrepreneurship-kewirausahaan-di-era-digital-1302088>
- Zulkifli, Sugiarto, I., Napu, F., Rukmana, A. Y., & Hastuti, P. (2023). Kesuksesan Wirausaha di Era Digital dari Perspektif Orientasi Kewirausahaan (Study Literature). *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 01(02), 81–96.

BAB 2

PENUNJANG KESUKSESAN WIRAUSAHA DI ERA DIGITAL

Oleh I Nyoman Wahyu Widiana

A. LATAR BELAKANG WIRAUSAHA DI ERA DIGITAL

Ketersediaan lapangan kerja di Indonesia yang tidak sebanding dengan jumlah tenaga kerja yang besar memaksa masyarakat untuk keluar dari zona nyaman dan berwirausaha. Dengan berwirausaha, lapangan kerja akan terus tumbuh dan berkembang seiring dengan inovasi di berbagai bidang kehidupan. Namun, keterbatasan pengetahuan, pengalaman, keterampilan dan motivasi masyarakat Indonesia menjadi tantangan untuk mencapai hal tersebut, apalagi persaingan di era digital semakin ketat. Perkembangan teknologi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan generasi muda. Oleh karena itu, generasi muda harus bisa memanfaatkan teknologi dengan baik agar generasi muda sejatinya efektif dan efisien dalam mengurangi angka pengangguran di Indonesia. Tentunya hal ini memerlukan pendidikan dan pelatihan vokasional sebagai bekal awal. Dengan ide-ide yang kreatif dan inovatif, generasi muda tentunya akan meningkat daya saingnya dan siap berkreasi dan berkarya untuk kepentingan bersama masyarakat. Hingga saat ini, pengangguran dan kemiskinan masih menjadi momok bagi masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, penguasaan ilmu dan keterampilan kewirausahaan harus mulai dikembangkan dari sekolah hingga perguruan tinggi agar generasi muda memiliki keterampilan dan kemampuan di bidang kewirausahaan. Dengan demikian, stabilitas ekonomi dapat dicapai dengan menambah startup baru milik anak ke dalam negeri.

Dengan segala kemudahan yang dibawa oleh teknologi, bisnis dapat dengan cepat menjangkau pelanggan di mana saja di dunia tanpa batasan waktu atau tempat. Oleh karena itu, generasi muda perlu lebih memahami dunia kewirausahaan digital, artinya jiwa wirausaha yang dipengaruhi dan diuntungkan dari adanya teknologi. Startup digital adalah gambaran bagaimana startup akan ditransformasikan oleh teknologi di dunia digital, dimulai dengan merancang dan memasarkan produk, menjangkau dan memberikan layanan kepada konsumen, mengelola aliran keuangan, berkolaborasi dengan mitra, menganalisis peluang, strategi, dan risiko.

Kewirausahaan di era digital memiliki berbagai keunggulan, antara lain lebih mudah, lebih cepat, dan lebih terjangkau sehingga menciptakan lebih banyak peluang untuk kolaborasi dan efisiensi. Startup digital membawa peluang dan peluang besar di era digital. Seperti diketahui, banyak bisnis yang berkembang pesat dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Berdasarkan hal tersebut, diharapkan generasi muda semakin memiliki inspirasi dan motivasi untuk mendukung pertumbuhan startup setiap tahunnya. Saat ini startup digital sedang diminati oleh banyak kalangan karena dengan teknologi digital, memulai bisnis menjadi lebih mudah dan tidak membutuhkan banyak modal.

Kegagalan membangun bisnis di era digital dapat diminimalisir dengan memperbanyak pembelajaran baik offline maupun online, sambil terus mengasah kemampuan melalui praktek dunia nyata secara nyata. Oleh karena itu, generasi muda tidak perlu berkecil hati saat memasuki dunia startup digital. Generasi muda juga bisa bergabung dengan komunitas startup digital yang sudah terbentuk di banyak komunitas. Pertumbuhan digital entrepreneurship juga tidak bisa berhenti dengan cepat, sehingga diharapkan generasi muda terdorong untuk menjadi role model yang dapat menginspirasi dan menginspirasi masyarakat luas untuk berwirausaha di dunia digital.

Masa depan bangsa berada di pundak generasi muda. Tidak mudah melatih wirausahawan muda yang mampu menjadi pionir perubahan. Hal ini tidak hanya membutuhkan keterampilan dalam menggunakan teknologi, modal yang tersedia atau kreativitas, tetapi juga mentalitas, sikap dan perilaku yang mampu menunjukkan komitmen wirausahawan yang tangguh dan tangguh, karena banyak tantangan yang akan dihadapi di masa depan. Seorang pebisnis yang sukses harus memiliki kepribadian yang berdedikasi, kreatif dalam mendorong pengembangan bisnis, merencanakan dengan matang, bekerja keras dan gigih, memiliki keinginan untuk mencapai tujuan, fleksibel dan percaya diri. Selain itu, generasi muda sebagai bibit wirausaha digital harus mampu mengembangkan mindset positif, belajar memahami kondisi sekitar, terhubung dengan jaringan dan memiliki semangat untuk bangkit ketika mengalami kegagalan.

Kewirausahaan adalah proses manusia yang melibatkan kreativitas dan inovasi untuk menangkap peluang, mengatur dan mengelola sumber daya sehingga peluang tersebut terwujud menjadi bisnis yang menguntungkan, atau nilai abadi. Penafsiran ini menekankan sisi kreatif dan inovatif, karena dengan kreativitas dan inovasi seseorang dapat menciptakan peluang. Pada bab ini, kita akan menggali lebih dalam tentang

kepribadian seorang entrepreneur berdasarkan komentar para pakar bisnis atau para entrepreneur itu sendiri. Indonesia adalah negara yang terus mengembangkan perekonomiannya. Pembangunan ekonomi Indonesia ke depan ditentukan oleh posisi pengusaha yang optimal. Di usia ini, banyak perusahaan asing yang beroperasi di Indonesia, sementara orang Indonesia bekerja di perusahaan tersebut. Misalnya, industri Caltex AS terlibat dalam pengeboran minyak, industri ponsel seperti Sony, Samsung, Siemens dari Jepang, Korea Selatan dan Prancis, industri ponsel sepeda motor seperti Honda berasal dari Jepang dan industri lain dari negara lain. Dengan berdirinya perusahaan-perusahaan asing di Indonesia, rakyat Indonesialah yang dirugikan ketika rakyat Indonesia tidak sepenuhnya menikmati hasil alam dan tidak dapat mengelola hasil alam dengan baik. Hal ini membuktikan bahwa bangsa Indonesia belum mampu berwirausaha dan berkontribusi dalam pembangunan negara. Namun menjadi pengusaha sukses bukanlah hal yang mudah. Ada banyak tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh seorang pengusaha, terutama bagi mereka yang baru memulai bisnis. Pengusaha harus memiliki banyak inspirasi dan berani berkreasi agar produk yang dihasilkan memiliki pendapatan yang optimal.

B. KONSEP WIRUSAHA DI ERA DIGITAL

Kewirausahaan pada era digital yg lebih dikenal menggunakan kata kewirausahaan digital (*digital entrepreneurship*) merupakan kewirausahaan yang ditentukan sang teknologi digital menggunakan mengadopsi & memanfaatkan tekonologi digital pada melakukan transformasi usaha konvensional sebagai usaha digital. Pada dasarnya banyak sekali prinsip dasar kewirausahaan (*basic principles of entrepreneurship*) masih permanen berlaku & bisa diterapkan pada global digital seperti: motivasi & pola pikir kewirausahaan, kemampuan pada mengidentifikasi peluang menggunakan baik, menaikkan kompetensi asal daya kunci, menaruh proposisi nilai dalam produk & layanan yg unggul & berbeda. Pada kewirausahaan pada era digital, perubahan yg fundamental terletak dalam aktifitas usaha berbasis teknologi digital yg terkoneksi menggunakan konsumen juga pelanggan yg sanggup memakai tekonologi digital (Wardhana, 2021). Kewirausahaan pada era digital ini dituntut buat sanggup berwirausaha menggunakan produk yg lebih bervariasi dan tidak sama menggunakan pesaing, layanan yg lebih cepat, lebih gampang dijangkau, lebih gampang diakses, bahkan memperluas kesempatan berkolaborasi supaya bisnis sebagai lebih efektif & efisien. Era digital

memperlihatkan banyak sekali asal daya baru bagi para wirausahawan buat bisa memanfaatkannya mulai menurut kemudahan pencarian banyak sekali informasi, pengumpulan data, pembuatan konten yg menarik, permintaan produk dan layanan yg terus bertumbuh.

Kewirausahaan adalah usaha kreatif yang membangun sesuatu yang bernilai dari sesuatu yang belum ada, karena begitu ada dan diterima oleh banyak orang. Kewirausahaan merupakan nilai yang diwujudkan dalam sikap yang digunakan sebagai sumber tenaga, motivasi, tujuan, strategi, nasehat, proses dan hasil usaha. Kewirausahaan adalah keterampilan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Kewirausahaan adalah proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan masalah dan menciptakan peluang untuk memperbaiki kehidupan. Kewirausahaan adalah nilai yang diperlukan untuk memulai dan mengembangkan bisnis. Kewirausahaan adalah proses melakukan sesuatu yang baru dan berbeda, berguna untuk menambah nilai. Kewirausahaan adalah upaya untuk menciptakan nilai tambah dengan menggabungkan sumber daya dengan cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan. Nilai tambah ini dapat diciptakan dengan mengembangkan teknologi baru, menghasilkan pengetahuan baru, menciptakan metode baru untuk menciptakan barang dan jasa yang baru dan lebih efisien, meningkatkan produk dan jasa yang ada dan menciptakan cara baru untuk mengekspresikan kepuasan konsumen.

C. PROSES MENJADI SEORANG WIRAUSAHA DI ERA DIGITAL

1. Proses Inovasi. Aspek yang mendorong terbentuknya inovasi adalah kemauan untuk tampil, adanya aspek rasa ingin tahu, kesediaannya untuk dipengaruhi dan berpengalaman.
2. Proses Aktivasi. Aspek yang memotivasi seseorang untuk memasuki dunia bisnis adalah ketidakpuasan dengan pekerjaan saat ini, memutuskan hubungan kerja, keberanian mengambil risiko, dan komitmen yang kuat terhadap bisnis.
3. Implementasi proses. Aspek penting dalam memulai usaha adalah persiapan Mentalitas wirausaha mengatakan secara umum, memiliki manajer yang menjalankan operasi dan memiliki visi sukses yang ambisius.
4. Proses pengembangan. Proses pengembangan berpedoman pada aspek organisasi yaitu adanya tim yang kompak dalam pengelolaan perusahaan, adanya strategi yang solid, adanya struktur dan budaya organisasi serta kehadiran produk

berkualitas tinggi. Bagi sebagian orang, memulai usaha sendiri bukanlah hal yang mudah. Banyak pengusaha baru yang mengalami banyak kemunduran dan kerugian di bisnis pertamanya, namun jangan khawatir akan kegagalan saat memulai bisnis. Hal terpenting dalam memulai bisnis adalah percaya pada diri sendiri dan jangan pernah berhenti bermimpi. Menjadi pengusaha memang tidak semudah membalikkan tangan, banyak hal yang harus dipikirkan agar usaha berjalan sesuai harapan.

D. UNSUR PENTING DALAM WIRAUUSAHA DI ERA DIGITAL

1. Produk yang dijual.
Seorang start-up baru harus mengetahui dan memahami skill atau kemampuan apa yang dimiliki. Sebelum memulai bisnis, para pengusaha harus terlebih dahulu menemukan skill yang ada pada diri mereka, sehingga ketika ingin memulai bisnis bisa memulai bisnis yang membutuhkan keterampilan dan kreativitas Anda sendiri. Yang perlu dicek adalah apakah produk yang dijual sesuai dengan kondisi daerah dan diminati konsumen.
2. Modal kerja.
Bagi seorang pengusaha baru, modal berupa uang tunai diperlukan jika modal yang ada cukup untuk memulai usaha. Modal dapat diperoleh dari tabungan, investasi atau pinjaman dari bank, keluarga. Namun, jumlah modal tidak boleh terlalu besar karena operasi yang sedang berlangsung tidak berjalan sesuai rencana.
3. Mitra bisnis yang andal.
Memulai bisnis membutuhkan mitra bisnis. Mitra bisnis harus dapat dipercaya dan mampu memberikan arahan untuk membantu memberikan saran dan membantu memasarkan produk yang akan dijual. Terakhir, mitra bisnis membantu memasarkan produk dan menentukan apakah produk tersebut dapat diterima.
4. Lokasi bisnis
Begitu mereka memiliki akses ke produk, modal, dan mitra bisnis, pendatang baru perlu menentukan di mana produk tersebut akan dipasarkan. Anda mencari lokasi yang strategis dimana konsumen dapat menghasilkan produk dengan mudah. Misalnya di rumah jika rumahnya terletak di dekat jalan raya atau Anda bisa menyewa toko

yang terletak di kota yang sibuk, atau Anda juga bisa menjual atau membeli secara online.

5. Untung dan rugi

Jika kegiatan 1 sampai 5 sudah selesai, pemula harus menyusun strategi untuk menghasilkan keuntungan agar produknya bisa laku. Hal pertama yang bisa dicoba oleh pemula adalah menjual produk dengan harga murah yaitu menjual produk di atas bahan baku produk namun tidak terlalu mahal. Jika permintaan banyak, harga produk dapat meningkat secara signifikan dan kualitas produk dapat ditingkatkan dengan sedikit memoles produk.

E. KARAKTERISTIK WIRAUSAHA

Karakteristik yang dimiliki seorang entrepreneur yang memenuhi persyaratan keunggulan kompetitif suatu industri/organisasi, seperti kemampuan berinovasi, berkreasi, beradaptasi, dinamis, terintegrasi, mengambil risiko saat mengambil keputusan, integritas, semangat juang dan rasa tanggung jawab yang tinggi. Kode Etik tentunya mencerminkan kinerja industri/organisasi. Kewirausahaan adalah bagian dari banyak perilaku mental positif yang berbeda dan membutuhkan proses yang datang dari internal maupun eksternal, menciptakan karakteristik bisnis:

1. Memiliki kreativitas dan inovasi.

Kreativitas adalah kemampuan berpikir baru dan berbeda. Ide-ide inovatif sering muncul ketika pengusaha melihat sesuatu yang lama dan muncul dengan sesuatu yang baru dan berbeda. Kreativitas menciptakan sesuatu dari ketiadaan. Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif untuk masalah dan masalah untuk lebih meningkatkan atau memperkaya kehidupan masyarakat. Rahasia kewirausahaan dalam menciptakan barang dan jasa bernilai tambah terletak pada penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan mengenali peluang yang dialami setiap orang.

2. Etos kerja tinggi

Seorang wirausahawan harus memiliki semangat dedikasi terhadap usahanya dan tekad yang kuat untuk mengabdikan diri sepenuhnya pada usaha yang akan dirintisnya. Oleh karena itu, sangat penting bagi seorang wirausahawan untuk memiliki komitmen terhadap usaha dan pekerjaannya.

3. Mandiri

Sesuai dengan hakikat kewirausahaan yaitu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui berpikir kreatif dan berperan inovatif dalam menciptakan peluang untuk menghadapi tantangan hidup, maka seorang wirausahawan harus memiliki kemampuan kreatif untuk mengembangkan ide dan pemikiran, terutama dalam menciptakan peluang bisnis untuk dirinya sendiri, mereka dapat secara mandiri menjalankan bisnis mandiri yang mereka temukan bahwa mandiri dari orang lain, seorang wirausahawan harus selalu dituntut untuk menciptakan yang baru dengan menggabungkan sumber daya di sekitarnya, dengan mengembangkan teknologi baru, dengan menciptakan Hal Baru. pengetahuan, menghasilkan produk dan layanan baru, menciptakan metode baru dalam memproduksi barang dan jasa, produk baru dan lebih efisien, meningkatkan produk dan layanan yang ada, dan menciptakan cara baru baru untuk memuaskan pelanggan.

4. Berani mengambil resiko.

Richard Cantillon, yang pertama kali menggunakan istilah entrepreneur pada awal abad ke-18, mengatakan bahwa entrepreneur adalah seseorang yang mengambil resiko. Pengusaha tidak bertindak berdasarkan spekulasi, tetapi berdasarkan perhitungan yang cermat. Ia berani mengambil resiko dalam pekerjaannya karena sudah terencana. Oleh karena itu, pengusaha selalu bersedia menerima resiko yang sedang, yaitu resiko yang diterima tidak terlalu besar dan tidak terlalu kecil. Keberanian mengambil resiko yang didukung dengan komitmen yang kuat mendorong para wirausahawan untuk terus mencari peluang untuk mencapai hasil. Hasil harus jelas dan objektif, dan memberikan umpan balik agar berfungsi dengan baik.

5. Menyukai situasi yang menantang

Pengusaha adalah seseorang yang lebih menyukai bisnis yang lebih menantang untuk mencapai lebih banyak kesuksesan atau kegagalan daripada bisnis yang kurang menantang. Akibatnya, pengusaha cenderung menyukai risiko yang sangat rendah atau sangat tinggi. Keberanian mengambil risiko adalah nilai bisnis dari mengambil risiko yang diperhitungkan dan realistis. Kepuasan yang besar diperoleh ketika mereka berhasil melaksanakan tugasnya secara realistis. Pengusaha menghindari situasi berisiko rendah karena tidak ada tantangan dan

menghindari situasi berisiko tinggi karena ingin sukses. Mengambil risiko terkait dengan kepercayaan diri. Dengan kata lain, semakin banyak orang memercayai keterampilan mereka, semakin mereka memercayai kemampuan mereka untuk memengaruhi hasil dan keputusan mereka, dan semakin bersedia mereka mencoba apa pun dengan mengorbankan orang lain. Oleh karena itu, pengambil risiko adalah inovator dan inovator, yang merupakan bagian penting dari sikap bisnis (Suryana, 2003:22) .

6. Selalu mencari peluang
Hakikat kewirausahaan didasarkan pada asumsi positif tentang kemampuan untuk mencapai keuntungan pribadi dan/atau layanan yang lebih baik kepada pelanggan dan masyarakat, metode yang etis dan efektif untuk mencapai tujuan, sasaran, dan pikiran perilaku untuk mewujudkan hipotesis positif tersebut. Interpretasi ini juga memperhitungkan pemberi kerja yang merupakan wirausahawan nirlaba dan nonwirausahawan etis, termasuk mereka yang menjalankan organisasi nirlaba yang bertujuan untuk memberikan layanan yang lebih baik bagi pelanggan/warga negara.
7. Memiliki jiwa kepemimpinan
Seorang pengusaha sukses selalu memiliki sifat kepemimpinan, kepeloporan dan keteladanan. Dia selalu ingin tampil beda, lebih awal, menonjol. Dengan kreativitas dan inovasinya, ia selalu membawa barang dan jasa yang dihasilkannya ke pasar lebih cepat dan lebih cepat. Dia selalu memperkenalkan produk dan layanan baru dan berbeda, jadi dia adalah pelopor yang baik dalam proses kreatif atau pemasaran. Itu selalu menggunakan perbandingan sebagai sesuatu yang menambah nilai. Untuk alasan ini, perbandingan dengan kewirausahaan merupakan sumber daya terkini untuk menciptakan nilai. Dia selalu siap berteman mencari peluang, terbuka untuk menerima kritik dan saran dan mengubahnya menjadi peluang. Arah. Kompetensi adalah keterampilan kepemimpinan. Pengusaha sukses tahu bagaimana menggunakan pengaruh tanpa kekuasaan, dan seorang pemimpin harus menjadi mediator dan negosiator daripada seorang diktator. Jiwa wirausaha, sikap dan keterampilan pasti berbeda dan berdasarkan hal tersebut maka wirausaha dibagi menjadi 3 tingkatan yaitu pengusaha handal, pengusaha sulit dan pengusaha sukses. Pengusaha dengan sikap

dan kemampuan yang lebih baik untuk memobilisasi sumber daya dan dana, mengubahnya menjadi produk, dan memasarkannya secara efektif sering disebut sebagai pengusaha administratif. Sebaliknya, wirausahawan dengan sikap dan kemampuan luar biasa untuk menciptakan, berinovasi, mengantisipasi, dan merasakan dampak sering disebut sebagai wirausaha inovatif.

8. Memiliki keterampilan manajemen

Salah satu bisnis mindset yang harus dimiliki oleh seorang entrepreneur adalah kemampuan mengelola bisnis yang digelutinya, seorang entrepreneur harus memiliki keterampilan perencanaan bisnis, organisasi bisnis, visualisasi bisnis, manajemen bisnis dan personalia, manajemen perusahaan, atau kemampuan untuk mengintegrasikan kegiatan bisnis seseorang, itu adalah keterampilan manajemen yang harus dimiliki seorang wirausahawan, jika tidak semuanya. Ini bukan keberhasilan tetapi kegagalan bisnis.

F. FAKTOR-FAKTOR YANG MENYEBABKAN KEGAGALAN WIRAUSAHA

Suryana (2003), ada beberapa aspek yang menyebabkan pengusaha gagal dalam menjalankan usaha barunya:

1. Ketidakmampuan dalam manajemen. Ketidakmampuan atau kurangnya keterampilan dan pengetahuan untuk menjalankan bisnis merupakan faktor utama yang membuat industri ini kurang berhasil.
2. Kurangnya pengalaman dalam keterampilan koordinasi, manajemen personalia atau keahlian dalam integrasi bedah industri.
3. Kita bisa mengatur keuangan. Agar industri ini benar-benar sukses, aspek keuangan yang sangat penting adalah menjaga arus kas. Lacak pengeluaran dan penerimaan dengan cermat. Kegagalan menjaga arus kas akan membatasi kegiatan bisnis dan menyebabkan kesulitan bagi industri.
4. Benamkan diri Anda dalam perencanaan. Perencanaan merupakan titik awal dari suatu kegiatan, sekali perencanaan tidak berhasil akan sulit untuk dilaksanakan.
5. Postur duduk yang salah. Lokasi komersial yang strategis merupakan aspek yang menjamin keberhasilan perusahaan

6. Kurangnya kontrol komponen. Pengawasan berhubungan erat dengan efisiensi dan keramahan. Kurangnya pengawasan dapat menyebabkan penggunaan peralatan yang tidak efisien dan efisien.
7. Perilaku kurang parah saat mencoba. Tindakan setengah hati untuk bisnis akan membuat bisnis tidak stabil dan gagal. Dengan tingkah setengah hati, ia bisa kandas begitu besar. Ketidakmampuan untuk melakukan transisi/transisi bisnis. Pengusaha yang tidak mau bereksperimen dan berubah tidak akan menjadi pengusaha sukses. Kesuksesan dalam berbisnis hanya bisa diraih jika memiliki keberanian untuk berubah dan bisa berubah sepanjang waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Suryana.2003.*Kewirasuahan: Pedoman Praktis, Kiat, dan Proses Menuju Sukses (Edisi Revisi)*.Jakarta: Salemba Empat
- Wardhana, Aditya. 2021. *Pemanfaatan Teknologi Informasi Bagi Masyarakat*. Bandung: Media Sains Indonesia

BIODATA PENULIS



Andi Asari, SIP.,S.Kom.,M.A., P.hD (C)

Dosen Universitas Negeri Malang
Kandidat Doktor S3 Information Science UiTM
Malaysia

Andi Asari, yang mempunyai nama lengkap Andi Muhammad Asari sebagai nama pemberian orang tua, dan memiliki nama pena atau panggilan akrab Anas adalah dosen di Universitas Negeri Malang yang saat ini sedang melanjutkan studi doctoral (S3) di jurusan Information Management UiTM Malaysia. Lahir di desa Brongkal kabupaten Malang, semasa di Malang pernah mengenyam pendidikan di MI Azharul Ulum 02 Brongkal, kemudian lanjut di MTsN Malang 3 Sepanjang gondanglegi, dan lanjut di SMK Turen Malang. Kemudian melanjutkan belajar di perguruan tinggi di beberapa perguruan tinggi dikota Malang dan kemudian pindah ke kota pendidikan Daerah Istimewa Yogyakarta, dan sekarang domisili di Malang Jawa Timur. Penulis merupakan alumni dari Magister Kajian Budaya dan Media sekolah pasca sarjana Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, dan juga alumni dari jurusan Ilmu Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Mulai tahun 2015 sampai sekarang penulis aktif mengajar sebagai dosen tetap di Universitas Negeri Malang dan di beberapa lembaga pendidikan pondok pesantren di Malang Raya. Disamping kesibukan di dunia akademis penulis juga memiliki kegiatan pengabdian di masyarakat dengan mengisi seminar, workshop, dll.

Riwayat Mengajar:

https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_dosen/RjEyRkFENzYtMEYxOS00QjE3LThFMzQtNTY1RkYwOTA3MzM1

Riwayat Publikasi Artikel:

<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors?q=andi+asari>

Riwayat Penerbitan Buku:

https://www.google.com/search?q=andi+asari&tbm=bks&ei=WEHEYpa1OdWh4t4PkI2jqAw&ved=0ahUKEwiWwf3w8eH4AhXVkJNgFHZDGCmuQ4dUDCAg&oq=andi+asari&gs_lcp=Cg1nd3Mtd2l6LWJvb2tzEAxQAFgAYABoAHAAeACAAQCIAQCSAQCYAQA&sclient=gws-wiz-books

Riwayat Penelitian dan Pengabdian:

<https://pakar.um.ac.id/Data/Peneliti/view/eyJpdil6lkt5bFNGRVQyOURK VWdkNHFlUzVjROE9PSIsInZhbHVlIjojUjhJNGtKUDA4OVlxQ0ZkR3hRRUR 2RGZWbU9HMIc2dGMvRHVSOG4zSW93QT0iLCJtYWMiOiI4ZGYxNTlmYjY wZTZmOWNmYjk4YTRiMGY1OGJiNTZkNDIwNTc5ZThkY2YxMzk3OWU0>

[MWRkMjk1MWRjZjc3YWVhbn0=](#)

Email: andi.asari.fs@um.ac.id

Scopus ID: 57213605546

Google scholar:

<https://scholar.google.co.id/citations?hl=id&user=YVa5GeIAAAAJ>

Researchgate:

<https://www.researchgate.net/profile/Andi-Asari/research>

Youtube:

<https://youtube.com/channel/UCnNHvnNWspDB1pRQmBoI6ZQ>

<https://youtube.com/channel/UCIBO0b8pPXR86HuLrv7tn-Q>

Facebook: <https://www.facebook.com/andiasari.official/>

Instagram: [andiasari.official](#)



I Nyoman Wahyu Widiana, S.E., M.Si.

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana dan Universitas Mahendradatta
Email: wahyuwidiana94@gmail.com

I Nyoman Wahyu Widiana, pria kelahiran Sanur, 25 April 1994. Anak bungsu dari tiga bersaudara ini menamatkan S1 Ekonomi Pembangunan tahun 2015 dan S2 Ilmu Ekonomi tahun 2018 di Universitas Udayana, dengan predikat Cumlaude Lulusan Terbaik. Penulis kini tengah menyelesaikan S3 Program Doktor Ilmu Ekonomi di Universitas Udayana. Penulis adalah dosen tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana dan Universitas Mahendradatta. Penulis menyukai kesenian dan kebudayaan sejak remaja ini mengantarkannya mengikuti pertukaran pelajar dan kebudayaan mewakili Indonesia pada ajang Asia Student Summit di Seoul, Korea Selatan pada tahun 2018. Saat ini penulis menjabat menjadi Kepala Prodi S1 Manajemen Universitas Mahendradatta dan Ketua BUMN CSR Provinsi Bali. Penulis aktif sebagai pembicara pada setiap kegiatan, termasuk Pembicara Nasional Literasi Digital Keminfo 2021. Penulis berkomitmen dapat berkontribusi dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi. Besar harapan penulis untuk dapat memajukan generasi emas penerus bangsa melalui tulisannya.



Hermawansyah, M.Pd.I

Dosen Pendidikan Agama Islam Konsetrasi Manajemen pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah STIT Sunan Giri Bima

Penulis lahir di Tambora Desa Labuan Kananga tahun 1988 Kab.Bima, mulai mengenyam pendidikan di SDN 2 Labuan Kananga (2000), MTs Muhammadiyah Bima (2003), SMA

Muhammadiyah Bima (2006), Kemudian melanjutkan pendidikan s1 di STAI Muhammadiyah Bima yang sekarang telah berubah status menjadi IAIM Bima (2010), Melanjutkan Studi s2 di Universitas Muhammadiyah Malang (2013) Sekarang mengabdikan di Kampus STIT Sunan Giri Bima.

Penulis menekuni bidang penelitian pada manajemen pendidikan islam, juga menulis Buku: Implementasi Nilai-Nilai Keislaman Pada Ana-Anak Para Muallaf (Studi Kasus Pondok Pesantren Umar Bin Abdul Azis Tolonggeru Kab Bima 2016) Penerbit: Pasuruan: Yudhartha Press, ISBN. 978-602-72899-8-7 (Penelitian dan Anggaran Penerbitan Kmenang RI) Aktif menulis jurnal pada jurnal Fitrah, dan Fitua STIT Sunan Giri Bima.



Dr. Siti Mujanah, MBA, Ph.D.

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya.

Penulis telah menyelesaikan pendidikan Sarjana di IKIP Negeri atau Universitas Negeri Malang (1984). Pendidikan S2 di bidang Master Business Administration (MBA) dan Ph.D. Management dari Adamson University Manila Philippines (1999), lalu mengambil Program Doktor lagi dibidang Ilmu Ekonomi di Untag Surabaya (lulus tahun 2014).

Disamping sebagai dosen tetap di FEB UNTAG Surabaya di program S1 Manajemen, program S2 MM dan Program S3 DIE di mata kuliah MSDM, Perilaku Organisasi dan Kewirausahaan, yang bersangkutan juga sebagai konsultan, trainer dan peneliti di perusahaan maupun pemerintahan di bidang Sumber daya Manusia, dan telah menulis buku tentang Manajemen Kompensasi dan buku Literasi keuangan dan Pemasaran.



Winbaktianur

Lahir di Patah Parang Provinsi Riau pada tanggal 27 Maret 1978. Menyelesaikan pendidikan S-1 Akuntansi di Universitas Riau (UNRI) tahun 2003. Penulis melanjutkan pendidikan S-2 dalam bidang Psikologi Industri dan Organisasi, Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM) dan menyelesaikan studi tahun 2008.

Sejak tahun 2018, penulis tercatat sebagai mahasiswa Program Doktor Ilmu Psikologi Peminatan Psikologi Industri dan Organisasi Universitas Padjadjaran (UNPAD). Sejak tahun 2010 penulis menjadi akademisi pada program studi Psikologi Islam, Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang dengan mata kuliah Psikologi Industri dan Organisasi dan Kewirausahaan. Penulis telah mengikuti beberapa konferensi, yaitu *International Conference on Multidisciplinary Academic (ICMA), Kuala Lumpur Malaysia, The 2nd Inter Islamic University Conference On Psychology, The 3rd Inter- Islamic University Conference On Psychology, The 4th Inter-Islamic University Conference On Psychology, Temu Ilmiah Nasional APSIFOR HIMPSI, dan International Counseling Conference.*

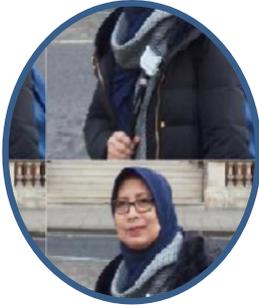
Untuk berkomunikasi dengan penulis melalui *e-mail*: winbaktianur@uinib.ac.id.



Dr. Siti Azizah, S.Pt., M. Sos., M. Commun.

Dosen Minat Sosial Ekonomi
Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya
(siti.azizah@ub.ac.id)

Penulis lahir di Malang tanggal 12 Juni 1975, merupakan seorang dosen pada Minat Sosial Ekonomi Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Produksi Ternak Universitas Brawijaya dan melanjutkan S2 pada Program Magister Sosiologi Pembangunan di Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya. Kemudian penulis kembali meneruskan studi S2 pada *Rural and Regional Development Communication*, University of Queensland. Pendidikan terakhir penulis diselesaikan di Program Doktor Komunikasi dan Penyuluhan Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya. Penulis menekuni bidang Penelitian dan Pengabdian Masyarakat terutama pada pembangunan masyarakat inklusi dari aspek Pendidikan dan Pemberdayaan.



Dr. Nekky Rahmiyati.MM

Dosen Manajemen Keuangan, KWU
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17
Agustus 1945 Surabaya

Penulis Lahir di Kudus tanggal 27 Juni 1964
sejak 1987 hingga saat ini aktif sebagai dosen di
UNTAG Surabaya, menyelesaikan S1 di jurusan

Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang tahun 1986,
menamatkan S2 Magister Manajemen di UNTAG Surabaya pada tahun
1994, dan menyelesaikan S3 di Prodi Doktor Ilmu Ekonomi di UNTAG
Surabaya tahun 2008. Penulis juga aktif sebagai peneliti dan penulis buku
antara lain buku Akuntansi Biaya, buku Panduan Berwirausaha, dan Book
Chapter Dasar Dasar Manajemen, Pengantar Pasar Modal.



Sri Asfirawati Halik, S. Kom., M.M

Dosen Sistem Informasi

Penulis lahir di Bulukumba tanggal 05 Maret 1988. Penulis adalah dosen pada Program Studi Sistem Informasi, Institut Teknologi dan Bisnis Bina Adinata. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Teknik Informatik dan melanjutkan S2 pada Jurusan Manajemen Sumber Daya Manusia.

Penulis menekuni bidang Penelitian, pengabdian dan mengampu mata kuliah Kewirausahaan, Manajemen Sains, Sistem Informasi Perbankan, Kecakapan Antar Personal, Manajemen Keuangan dan Sistem Aplikasi Bisnis.



Ivan Sunata, M.A.

Lahir 26 Januari 1986 di Koto Majidin Mudik Kecamatan Air Hangat Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi. Menjalani pendidikan Sekolah Dasar Negeri Nomor 67/III Koto Majidin Mudik (1998) dan Madrasah Tsanawiyah Nurul Haq Semurup (2001), lalu Madrasah Aliyah Negeri 1 Sungai Penuh (2004). Sesudah itu ia melanjutkan pendidikan tingkat sarjana pada Jurusan

Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Imam Bonjol Padang, dan selesai Mei 2008. Selanjutnya ia melanjutkan ke tingkat pascasarjana pada Program Studi Pengkajian Islam Konsentrasi Dakwah dan Pengembangan Masyarakat Islam, dan selesai September 2012. Selesai menamatkan pendidikan sarjana, pada bulan November 2008 ia berkecimpung dalam dunia jurnalistik dengan menjadi Kontributor LPP TVRI Jambi, pekerjaan ini ditekuni sampai akhir Februari 2017. Pada bulan September tahun 2013, bekerja sambil menjadi Dosen Luar Biasa pada Institut Agama Islam Negeri Kerinci. Kemudian pada bulan Maret 2017 diangkat menjadi Dosen Tetap (Non PNS) pada kampus yang sama. Sedangkan Dosen Tetap (PNS) baru diperoleh pada bulan Maret 2019 setelah dinyatakan lolos pada seleksi penerima calon pegawai negeri sipil.



Ir. Ratna Hartayu, MT

Dosen Prodi Teknik Elektro, Fakultas Teknik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Penulis lahir di Lumajang, Jawa Timur tanggal 23 November 1965. Penulis adalah dosen pada Prodi Teknik Elektro Fakultas Teknik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Teknik Fisika ITS

dan melanjutkan S2 pada jurusan Teknik Elektro ITS.

Penulis mengampu mata kuliah Sistem Pengendalian, Kewirausahaan, Matematika, K3 Listrik dan Medan Elektromagnet.

Penulis adalah salah satu *owner wood working industry* CV. Wana Indo Raya yang berlokasi di kabupaten Lumajang. Selain itu penulis juga menjadi salah satu pemilik LSP P3 Administrasi Perkantoran Nawa Widya, Surabaya.



Dra.Yulyar Kartika Wijayanti,MM

Dosen Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Penulis lahir di Makasar tanggal 05 Juli 1960.
Penulis adalah dosen pada Prodi Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Bahasa Inggris IKIP Surabaya dan melanjutkan S2 pada program Magister Manajemen UNAIR Sby..

Penulis mengampu mata kuliah bhs Inggris, Kewirausahaan, aplikasi kewirausahaan,praktek kewirausahaan.

Penulis adalah pemilik UKM lukis fashion Yuliart Collection Surabaya .

Penulis aktif memberikan berbagai pelatihan kewirausahaan dan ketrampilan lukis fashion di Surabaya dan beberapa kota di Jawa timur.



Alexander Waworuntu, S.Kom., M.T.I.

Dosen Informatika, Fakultas Teknik dan Informatika, Universitas Multimedia Nusantara
Penulis lahir di Surabaya pada tanggal 9 Juni.
Penulis adalah dosen pada Program Studi Informatika, Fakultas Teknik dan Informatika, Universitas Multimedia Nusantara. Menyelesaikan pendidikan S1 pada jurusan Teknik Informatika pada tahun 2006 di Universitas Bina Nusantara.

Selanjutnya penulis menyelesaikan pendidikan S2 pada program studi Magister Teknologi Informasi di Universitas Indonesia pada tahun 2012.



Dr. Hj. Sumiati, MM

Dosen Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dr, Hj. Sumiati MM, dosen sarjana dan pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis yang berdomisili di Gresik ini pendidikan terakhirnya di Doktor Ilmu Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Sehari hari selain sibuk sebagai pengajar, juga menduduki jabatan struktural sebagai direktur LSP P1 Untag Surabaya. Untuk urusan kompetensi SDM, penulis juga disibukkan dengan kegiatan sebagai master asesor BNSP dan pendiri beberapa LSP P3. Aktifitas lain penulis juga sebagai tim ahli DPRRI dan juga sering diminta LPPM untag untuk menjadi narsum bimbingan teknis DPRD. Semua yg dilakukan penulis selalu ada kaitannya dengan peningkatan kualitas SDM dan kompetensi SDM.



Dr. Abdurohim, SE, MM.

Kelahiran Cirebon (Jawa Barat) 12 April 1964, berkecimpung sebagai praktisi Perbankan selama 31 tahun pada PT. Bank Papua, dengan jabatan terakhir *Vice President* pada Divisi Perencanaan Strategis (Renstra) Keahlian yang dimiliki adalah Audit Perbankan, Perencanaan Strategis, Pemasaran, *Managemen Human Capital*, Penyusunan BPP & SOP dan Struktur Organisasi

Perusahaan Perbankan.

- Pendidikan Doktor (S3) Ilmu Manajemen dari Universitas Cendrawasih (2017).
- Pendidikan Magister Manajemen (S2)-Manajemen Keuangan, dari Universitas Hasanudin (2003), dan
- Pendidikan Sarjana (S1) Manajemen Keuangan & Perbankan dari STIE YPKP Bandung (1989).
- Saat ini sebagai tenaga pengajar/dosen Lektor pada Universitas Jendral Ahmad Yani, Cimahi, Jawa Barat. Dan telah Bersertifikat sebagai Dosen Profesional (Serdos) dari Kemendikti Risti

Sudah menulis *Book Chapter* (BC) sebanyak 61 Buku Ber ISBN & HKI.

Manajemen Keuangan Dasar, Dasar-Dasar Pemasaran, Bank dan Fintech Ekstensi Bank kini dan esok, HRM 5.0 Digitalisasi Sumber Daya Manusia, Bunga Rampai Kebijakan Perpajakan di Indonesia di masa pandemi Covid-19, Implementasi pengelolaan keuangan daerah tata kelola menuju pemerintahan yang baik, Manajemen pemasaran Implementasi Strategi Pemasaran Di Era *Society 5.0*, Keuangan syariah Konsep, Prinsip Dan Implementas, *Operation Management*, Anggaran Operasionall, *The Art Of Branding*, *E-Commerce* Strategi Dan Inovasi Bisnis Berbasis Digital, Analisa Laporan Keuangan, Isu-Isu Kontemporer Akuntansi Manajemen Sebagai Alat Perencanaan, Pengendalian Dan Pengambilan Keputusan, Tantangan pendidikan Indonesia di masa depan, Teori dan praktek manajemen Bank Syariah Indonesia, Kesehatan lingkungan suatu pengantar, Etika bisnis suatu pengantar, Bank dan lembaga keuangan lainnya, *Knowledge Management*, *Marketing tourism service*, *New Normal* Era Jilid 2, Menakar ekonomi di era pandemi covid-19 & *new normal*, *Human Resource Management* (HRM) In Industry 5.0, Teori pemasaran pendekatan manajemen bisnis, *Business and digital economy*, Konsep dan implementasi manajemen strategi, Mengukur

kinerja perusahaan melalui analisa laporan keuangan, Akuntansi keuangan tingkat menengah, Konsep dan sistim akuntansi biaya, Study kelayakan rencana bisnis, Prilaku dalam organisasi, Tinjauan Hubungan Manajemen Risiko Dan Asuransi, Dasar Kepemimpinan Dan Pengambilan Keputusan, Sistem dan Strategi dalam Konteks Pengendalian Manajemen, Pengetahuan Dasar Pasar Modal dan Investasi, Manajemen Sumber Daya Manusia (Era Transformasi Digital), Manajemen sumber daya manusia eratransformasi digital, Akuntansi Manajemen, Pendidikan dan Promkes, *Customer relationship management*, *Technopreneurship*, Perencanaan Dan Pengembangan SDM, Kewirausahaan Digital, Pemasaran Era Kini, Bumdesku Masa Depan, Pengantar Bisnis Syariah, Manajemen Pendidikan, Ekonomi Kesehatan, Psikologi Positif.

Sudah menulis jurnal ilmiah Nasional maupun di Internasional:

- Sinta 2 (Garuda)
- Sinta 3 (Garuda)
- Sinta 4 (Garuda)
- Non-Sinta (Garuda)
- *Google Scholar*
- *Crossref*
- *OSF.IO*
- *ResearchGate*

Telah mengikuti pendidikan/ Lulus:

- Sekolah Pimpinan Bank (Sespibank),
- Sekolah Pemimpin Cabang,
- Manajemen Risiko level 4,
- Keuangan Berkelanjutan (SDGs).
- Sertifikat Dosen Profesional (SerDos)

Anggota: *Project Managemen Office* Indonesia (PMOPI)

Email : Abdurrohim@mn.Unjani.ac.id



Indah Anggerwati, SE.,M.Ak

Dosen Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada

Penulis lahir di Watampone pada tanggal 31 Maret
1993. Penulis merupakan seorang dosen pada
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada.
Menyelesaikan pendidikan S1 pada Universitas
Muslim Indonesia dan melanjutkan S2 pada Magister

Akuntansi Universitas Muslim Indonesia di Makassar.