



Adang Setiawan, S.E., M.M.

Vania Nur Rizqi, S.ST., M.S.M | Lysda Reviyanti, S.Pd., M.Pd

KEWIRAUSAHAAN

Teori, Praktik dan Transformasi Ide Usaha

KEWIRAUSAHAAN

Teori, Praktik dan Transformasi Ide Usaha

Adang Setiawan, S.E., M.M.

Vania Nur Rizqi, S.ST., M.S.M | Lysda Reviyanti, S.Pd., M.Pd



KEWIRAUSAHAAN

Teori, Praktik dan Transformasi Ide Usaha

Tim Penulis:

Adang Setiawan, S.E., M.M.
Vania Nur Rizqi, S.ST., M.S.M.
Lysda Reviyanti, S.Pd., M.Pd.

Desain Cover:

Andi Juliandi

Sumber Ilustrasi:

www.freepik.com

Tata Letak:

Handarini Rohana

Editor:

Neneng Sri Wahyuni

ISBN:

978-634-246-700-8

Cetakan Pertama:

Februari, 2026

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

by Penerbit Widina Media Utama

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA MEDIA UTAMA

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 519/JBA/2025

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: [@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)

Telepon (022) 87355370

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya, buku Kewirausahaan : Teori, Praktik dan Transformasi Ide Usaha ini, dapat tersusun dan hadir di hadapan pembaca. Kehadiran buku ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai teori, praktik dan transformasi ide Usaha dalam sebuah aktivitas bisnis dan kewirausahaan.

Buku ini mengupas berbagai aspek kewirausahaan, mulai dari konsep kewirausahaan, karakter wirausaha, sebuah model dan perencanaan bisnis, strategi bisnis, hingga bagaimana mengelola usaha dengan etika dan tanggung jawab sosial dalam bisnis. Melalui pendekatan antara teori, praktik dan transformasi ide dalam usaha. Diharapkan buku ini menjadi inspirasi bagi para pembaca dalam merintis dan mengembangkan usaha.

Kami menyadari bahwa buku ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari para pembaca sangat kami harapkan untuk penyempurnaan dimasa yang akan datang.

Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan buku ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan keberkahan bagi kita semua.

Bandung, Januari 2026

Tim Penulis

BLURB

Buku **“Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Transformasi Ide Usaha”** hadir sebagai panduan komprehensif bagi siapa pun yang ingin memahami kewirausahaan tidak hanya sebagai konsep, tetapi sebagai proses nyata yang dapat diwujudkan. Buku ini mengintegrasikan landasan teori kewirausahaan dengan praktik lapangan yang aplikatif, sehingga pembaca mampu menjembatani kesenjangan antara pengetahuan akademik dan realitas bisnis.

Melalui pembahasan yang sistematis dan mudah dipahami, buku ini mengajak pembaca menelusuri perjalanan wirausaha sejak tahap pembentukan mindset, identifikasi peluang, pengembangan ide usaha, hingga transformasi ide menjadi model bisnis yang berkelanjutan. Berbagai studi kasus, contoh praktis, dan pendekatan kontekstual disajikan untuk memperkuat pemahaman serta melatih kemampuan berpikir kritis dan kreatif.

Lebih dari sekadar buku teks, karya ini dirancang sebagai sumber inspirasi dan panduan transformasi mendorong pembaca untuk berani berinovasi, adaptif terhadap perubahan, serta mampu menciptakan nilai tambah bagi diri sendiri dan masyarakat. Buku ini sangat relevan digunakan sebagai referensi perkuliahan kewirausahaan, modul pembelajaran, maupun bacaan strategis bagi mahasiswa calon dan pelaku usaha di era ekonomi dinamis.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
BLURB.....	iv
DAFTAR ISI	v
BAB 1 KONSEP DASAR KEWIRAUSAHAAN.....	1
A. Pendahuluan.....	1
B. Pengertian Kewirausahaan dan Wirausaha	1
C. Manfaat dan Tujuan Kewirausahaan.....	4
D. Prinsip–Prinsip Dasar Kewirausahaan	5
E. Jenis-Jenis Kewirausahaan	6
F. Langkah Dasar Dalam Kewirausahaan.....	9
G. Lingkungan Kewirausahaan.....	11
H. Latihan Soal	12
BAB 2 KARAKTER WIRAUSAHA	13
A. Karakter Wirausaha	13
B. Karakter Wirausaha Era Revolusi Industri 5.0	14
C. Latihan Soal	23
BAB 3 MOTIVASI DALAM BERWIRAUSAHA	25
A. Motivasi Dalam Kewirausahaan	25
B. Faktor-Faktor Motivasi Berwirausaha	26
C. Teori-Teori Tentang Motivasi Kewirausahaan	27
D. Hambatan Motivasi	30
E. Cara Meningkatkan Motivasi.....	30
F. Latihan Soal	30
BAB 4 PELUANG USAHA	33
A. Peluang Usaha	33
B. Peluang Usaha Era Digital.....	35
C. Latihan Soal	41
BAB 5 MANAJEMEN USAHA	43
A. Pengertian Manajemen Usaha	43
B. Fungsi dan Tujuan Manajemen Usaha	44
C. Ruang Lingkup Manajemen Usaha	45
D. Latihan Soal	51

BAB 6 BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)	53
A. Pengertian BMC	53
B. Manfaat Bisnis Model Canvas	
Dalam Pendidikan Kewirausahaan	54
C. Sembilan Komponen Dari Kanvas Model Bisnis	55
D. Contoh Kanvas Model Bisnis	61
E. Kesimpulan	66
BAB 7 RENCANA BISNIS (BUSINES PLAN)	
DAN PROPOSAL BISNIS	67
A. Pendahuluan	67
B. Konsep Dasar Business Plan	67
C. Tujuan dan Manfaat Business Plan	68
D. Struktur dan Komponen Business Plan	69
E. Pengertian Proposal Bisnis	74
F. Contoh Proposal Bisnis Lengkap	75
G. Studi Kasus Proposal Perusahaan Nyata	77
H. Studi Kasus: Grab (Asia Tenggara)	77
I. Template Tabel Proposal Bisnis	77
J. Diagram Work Breakdown	
Structure (WBS) Untuk Business Plan	78
K. Template Lengkap Business Plan (Siapa Pakai)	79
L. Studi Kasus Starbucks: Dari BMC Ke Business Plan	80
M. Studi Kasus Grab: Proposal Bisnis Untuk Investor	81
N. Integrasi Bmc, Business Plan, dan Proposal Bisnis	81
O. Kesimpulan	82
P. Materi Tambahan Tam Sam Som	83
BAB 8 KOMUNIKASI BISNIS	87
A. Konsep Dasar Komunikasi Bisnis	87
B. Aktivitas Komunikasi Dalam Bisnis	89
C. Bentuk Komunikasi Bisnis	92
D. Korespondensi Bisnis	92
BAB 9 ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL	101
A. Etika dan Tanggung Jawab Sosial	101

B.	Etika dan Tanggung Jawab Sosial Era Revolusi Industri 5.0	102
C.	Latihan Soal	110
BAB 10 TREND BISNIS DI ERA DIGITAL		111
A.	Pendahuluan.....	111
B.	Lanskap Trend Bisnis: Dari Digitalisasi Ke Transformasi.....	113
C.	Tren Model Bisnis Digital (Yang Sering Dipakai Startup & UMKM)	115
D.	Tren Go-To-Market: Social Commerce & Creator Economy	116
E.	Tren Data dan AI	117
F.	Tren Operasional: Cloud, Otomasi, dan Bisnis “Ringan Aset”	118
G.	Tren Inovasi Produk: Lean, MVP, dan Eksperimen.....	119
H.	Tren Pendanaan & Monetisasi di Era Digital.....	120
I.	Risiko & Etika: Privasi, Keamanan, dan Governance	121
J.	Ringkasan, dan Latihan.....	122
DAFTAR PUSTAKA		123
DATA PENULIS.....		130

BAB 1

KONSEP DASAR KEWIRAUSAHAAN

(Adang Setiawan, S.E., M.M.)

A. PENDAHULUAN

Kewirausahaan (*entrepreneurship*) merupakan salah satu kekuatan penggerak utama pertumbuhan ekonomi modern. Di tengah perubahan yang cepat baik teknologi, sosial, maupun ekonomi kewirausahaan menjadi pendorong inovasi, penciptaan lapangan kerja, serta pengembangan nilai tambah. Pemahaman mengenai konsep dasar kewirausahaan menjadi penting bagi siapa pun yang ingin membuka usaha, mengelola bisnis, ataupun berkontribusi dalam pembangunan ekonomi

Dalam menjalankan aktivitasnya untuk berwirausaha seorang wirausahawan perlu memahami konsep-konsep dasar dalam kewirausahaan, yang meliputi pengertian, manfaat dan tujuan, prinsip dasar dalam kewirausahaan dan lingkungan kewirausahaan. Berikut beberapa pembahasan mengenai konsep dasar kewirausahaan.

B. PENGERTIAN KEWIRAUSAHAAN DAN WIRAUSAHA

1. Pengertian Kewirausahaan

Berdasarkan pandangan secara umum, kewirausahaan adalah suatu proses dimana seseorang atau sekelompok individu mengidentifikasi peluang untuk menciptakan atau mengembangkan usaha guna mencapai tujuan ekonomi, sosial dan pribadi.

BAB 2

KARAKTER WIRAUSAHA

(Lysda Reviyanti, S.Pd., M.Pd.)

A. KARAKTER WIRAUSAHA

Karakter wirausaha menjadi salah satu fondasi penting dalam membangun keberhasilan usaha di tengah tantangan zaman. Seorang wirausaha tidak hanya dituntut untuk memiliki pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga sikap, perilaku, serta pola pikir yang kuat untuk menghadapi dinamika bisnis yang terus berubah. Dalam konteks pendidikan maupun praktik nyata, pembahasan mengenai karakter wirausaha selalu relevan untuk memperkuat daya saing bangsa.

Perkembangan dunia usaha tidak pernah lepas dari perubahan sosial, ekonomi, dan teknologi yang melingkupinya. Jika pada masa lalu keberanian mengambil risiko dan ketekunan menjadi kunci utama, maka di era digital saat ini karakter wirausaha juga harus disertai dengan kemampuan adaptasi terhadap teknologi. Wirausaha dituntut untuk mampu memanfaatkan kemajuan teknologi digital agar bisnisnya dapat bertahan dan berkembang.

Era digital membawa peluang sekaligus tantangan bagi para wirausaha. Digitalisasi mendorong terbukanya akses pasar yang lebih luas melalui internet dan platform e-commerce. Namun, di sisi lain, persaingan juga semakin ketat karena setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk membangun usaha berbasis teknologi. Karakter wirausaha yang adaptif dan inovatif menjadi kebutuhan mutlak untuk menghadapi kondisi ini.

BAB 3

MOTIVASI DALAM BERWIRAUSAHA

(Vania Nur Rizqi, S.ST., M.S.M.)

A. MOTIVASI DALAM KEWIRAUSAHAAN

Motivasi berwirausaha merupakan dorongan psikologis yang mendorong individu untuk memulai, menjalankan, dan mempertahankan usaha. Motivasi ini berasal dari faktor internal seperti keinginan berkembang, aktualisasi diri, dan passion serta faktor eksternal seperti peluang pasar, dukungan lingkungan, dan kondisi ekonomi. Dalam kewirausahaan, motivasi berperan penting karena memengaruhi cara individu menghadapi risiko, ketidakpastian, dan pengambilan keputusan strategis.

Kewirausahaan bukan hanya persoalan keterampilan teknis, tetapi juga kemauan untuk mencari peluang, berinovasi, dan bertindak kreatif. Banyak individu, termasuk mahasiswa, tertarik berwirausaha karena dorongan kemandirian, kebebasan finansial, dan fleksibilitas kerja. Selain itu, berkembangnya ekosistem digital membuat kewirausahaan semakin mudah diakses oleh generasi muda.

Motivasi kewirausahaan juga semakin dipengaruhi oleh orientasi sosial. Banyak wirausaha terdorong menciptakan bisnis yang tidak hanya menghasilkan keuntungan, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan. Dengan demikian, motivasi berwirausaha bersifat multidimensional ekonomi, psikologis, dan sosial.

BAB 4

PELUANG USAHA

(Lysda Reviyanti, S.Pd., M.Pd.)

A. PELUANG USAHA

Peluang usaha merupakan salah satu aspek penting dalam dinamika ekonomi modern yang terus berkembang. Konsep ini merujuk pada kesempatan yang dapat dimanfaatkan individu maupun kelompok untuk menghasilkan nilai ekonomi dari sumber daya yang ada. Dalam sejarahnya, peluang usaha selalu muncul sebagai respons atas kebutuhan masyarakat dan perubahan zaman.

Perubahan pola konsumsi, gaya hidup, serta perkembangan teknologi telah menjadi faktor dominan yang memengaruhi munculnya peluang usaha. Setiap transformasi sosial dan teknologi selalu memunculkan sektor-sektor baru yang mampu dijadikan ladang bisnis. Dengan demikian, peluang usaha tidak pernah statis, melainkan selalu bergerak dinamis sesuai perkembangan zaman.

Di era globalisasi, peluang usaha semakin terbuka luas. Integrasi pasar dunia, kemudahan transportasi, serta akses informasi menjadikan pelaku usaha lebih mudah menjangkau konsumen dari berbagai belahan dunia. Perubahan ini mempercepat pertumbuhan usaha kecil maupun besar untuk mengembangkan diri dalam ekosistem yang lebih kompetitif.

Seiring dengan itu, era digital hadir sebagai tonggak baru dalam pengembangan peluang usaha. Dunia yang serba terkoneksi lewat internet melahirkan beragam model bisnis yang sebelumnya sulit

BAB 5

MANAJEMEN USAHA

(Adang Setiawan, S.E., M.M.)

A. PENGERTIAN MANAJEMEN USAHA

Manajemen usaha adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian sumber daya dalam suatu bisnis untuk mencapai tujuan secara efisien dan efektif

Tujuan tersebut bisa berupa pencapaian keuntungan, keberlanjutan usaha, kepuasan pelanggan, atau pertumbuhan pasar. Dalam praktiknya, manajemen usaha mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan atas seluruh sumber daya yang dimiliki baik sumber daya manusia, keuangan, maupun fisik guna menghasilkan nilai tambah

Secara umum, manajemen usaha melibatkan kegiatan berikut:

- Menentukan tujuan usaha yang jelas dan terukur.
- Mengidentifikasi kebutuhan sumber daya yang diperlukan.
- Mengatur strategi dan alokasi sumber daya secara tepat.
- Mengarahkan dan memimpin orang-orang dalam organisasi usaha.
- Mengendalikan dan mengevaluasi pencapaian usaha berdasarkan indikator kinerja.

Dengan manajemen yang baik, sebuah usaha baik skala kecil, menengah, maupun besar mampu bertahan di tengah persaingan yang ketat, serta menyesuaikan diri dengan perubahan pasar dan teknologi.

BAB 6

BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)

(Vania Nur Rizqi, S.ST., M.S.M,)

A. PENGERTIAN BMC

Business Business Model Canvas (BMC) merupakan alat manajemen strategis dan kewirausahaan yang digunakan untuk menggambarkan secara sistematis bagaimana organisasi menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai. Diperkenalkan oleh Osterwalder dan Pigneur (2010), BMC menyediakan kerangka visual yang terdiri dari sembilan blok bangunan utama yang saling terhubung, sehingga memungkinkan pengusaha memvisualisasikan model bisnis secara menyeluruh. Dibandingkan rencana bisnis konvensional yang panjang, BMC mendorong pemikiran ringkas, iteratif, dan kolaboratif, yang sangat relevan dalam lingkungan bisnis yang dinamis, tidak pasti, dan kompetitif.

Lebih dari sekadar alat perencanaan, BMC juga berfungsi sebagai kerangka pembelajaran dan inovasi. Massa, Tucci, dan Afuah (2017) menyatakan bahwa model bisnis merupakan arsitektur kognitif yang membantu pengusaha memahami dan mengartikulasikan logika penciptaan nilai. BMC mengoperasionalkan logika tersebut dengan mengarahkan perhatian pada elemen-elemen kunci seperti segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, sumber daya utama, serta struktur biaya dan pendapatan. Pendekatan terstruktur ini membantu pengusaha mengidentifikasi asumsi, menguji hipotesis, dan

BAB 7

RENCANA BISNIS (BUSINESS PLAN) DAN PROPOSAL BISNIS

(Vania Nur Rizqi, S.ST., M.S.M)

A. PENDAHULUAN

Dalam kewirausahaan modern, kemampuan menyusun business plan dan proposal bisnis merupakan kompetensi penting bagi mahasiswa dan calon wirausaha. Business plan berfungsi sebagai dokumen strategis yang memuat model bisnis, analisis pasar, rencana operasional, dan proyeksi keuangan, sedangkan proposal bisnis berfokus pada penyampaian gagasan secara persuasif untuk memperoleh dukungan pihak eksternal. Penyusunan kedua dokumen ini mendorong pemikiran sistematis, analisis berbasis data, serta pengurangan ketidakpastian dalam pengambilan keputusan. Seiring berkembangnya model bisnis digital, business plan dan proposal bisnis perlu disesuaikan dengan berbagai konteks usaha, karena keduanya berperan penting dalam mengidentifikasi peluang, memahami risiko, dan mempersiapkan keberhasilan usaha di dunia nyata.

B. KONSEP DASAR BUSINESS PLAN

Secara konseptual, business plan merupakan dokumen perencanaan yang menggambarkan strategi bisnis, analisis pasar, struktur organisasi, rencana operasional, serta proyeksi keuangan untuk periode tertentu. Menurut Scarborough dan Cornwall (2019),

BAB 8

KOMUNIKASI BISNIS

(Adang Setiawan, S.E., M.M.)

A. KONSEP DASAR KOMUNIKASI BISNIS

Komunikasi merupakan suatu proses pertukaran informasi, ide dan gagasan yang dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi atau bisnis. Dalam aktivitas bisnis komunikasi merupakan hal yang penting dimana komunikasi yang dilakukan bisa komunikasi secara internal seperti halnya komunikasi antara atasan dan bawahan atau komunikasi antar bagian dalam menjalin kordinasi antara bagian satu dengan bagian lain. Selain itu juga komunikasi dilakukan dengan pihak eksternal perusahaan bisa dengan konsumen, supplier, distributor atau pemerintah dalam melakukan aktivitas bisnisnya.

Apa itu Komunikasi ?

Secara etimologis, komunikasi memiliki akar kata dari Bahasa latin, yaitu "*communicare*" yang berarti berdialog, berunding atau bermusyawarah, atau "*communicatio*" yang diartikan dengan pemberitahuan, pemberian bagian, pertukaran.

Menurut Pearson dan Nelson, komunikasi dapat didefinisikan sebagai "*the process of understanding and sharing meaning*" (proses memahami dan berbagi makna).

BAB 9

ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL

(Lysda Reviyanti, S.Pd., M.Pd.)

A. ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL

Etika dan tanggung jawab sosial merupakan dua aspek penting dalam kehidupan bermasyarakat yang selalu berkembang mengikuti perubahan zaman. Keduanya tidak hanya sebatas norma yang mengatur perilaku individu, tetapi juga menjadi pedoman dalam praktik profesional, termasuk di dunia pendidikan, bisnis, teknologi, maupun pemerintahan. Dalam konteks globalisasi, etika dan tanggung jawab sosial semakin mendapat sorotan karena dunia semakin terhubung tanpa batas, sehingga setiap tindakan manusia memiliki dampak yang lebih luas daripada sebelumnya.

Perubahan besar dalam peradaban manusia ditandai oleh hadirnya revolusi industri yang membawa transformasi pada berbagai bidang kehidupan. Kini, ketika kita memasuki era revolusi industri 5.0, hubungan antara etika dan tanggung jawab sosial memperoleh tantangan sekaligus peluang baru. Era ini menekankan pada integrasi antara kecerdasan buatan, big data, internet of things, dan kecerdasan manusia yang berpadu untuk menciptakan kehidupan yang lebih harmonis dan berkelanjutan.

Etika dalam arti sederhana adalah pedoman moral yang membantu individu menentukan apa yang benar dan salah. Namun, dalam konteks modern, etika berkembang menjadi landasan dalam membuat keputusan yang melibatkan berbagai kepentingan, baik individu,

BAB 10

TREND BISNIS DI ERA DIGITAL

(Vania Nur Rizqi, S.ST., M.S.M.)

A. PENDAHULUAN

1. Pengertian Bisnis Digital

Bisnis digital dapat didefinisikan sebagai aktivitas bisnis yang memanfaatkan teknologi digital secara signifikan dalam proses penciptaan, penyampaian, dan penangkapan nilai (value creation, delivery, and capture). Berbeda dengan bisnis konvensional yang bergantung pada aset fisik dan interaksi tatap muka, bisnis digital mengandalkan teknologi informasi, platform digital, serta jaringan online sebagai fondasi utamanya.

Menurut Nambisan (2017), kewirausahaan digital tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi sebagai alat pendukung, tetapi sebagai elemen inti yang membentuk peluang usaha itu sendiri. Dengan kata lain, teknologi digital bukan sekadar sarana efisiensi, melainkan sumber utama inovasi dan keunggulan kompetitif.

2. Perbedaan Bisnis Konvensional dan Bisnis Digital

Perbedaan mendasar antara bisnis konvensional dan bisnis digital terletak pada cara nilai diciptakan dan didistribusikan. Pada bisnis konvensional, nilai umumnya dihasilkan melalui produksi fisik dan distribusi linear dari produsen ke konsumen. Sebaliknya, bisnis digital bersifat lebih dinamis, interaktif, dan sering kali melibatkan banyak aktor dalam satu ekosistem.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Processes.
- Alma, Buchari, 2019. *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum (edisi cetak.24)*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Barringer, B. R., & Ireland, R. D. (2016). *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures*. Pearson.
- Brinckmann, J., Grichnik, D., & Kapsa, D. (2010). Should entrepreneurs plan or just storm the castle? *Journal of Business Venturing*, 25(1), 24–40.
- Blank, S., & Dorf, B. (2020). *The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company*. Wiley.
- Campbell, C., & Farrell, J. R. (2020). More than meets the eye: The functional components underlying influencer marketing. *Business Horizons*, 63(4), 469–479.
- Cantillon, R. (1755). *Essai sur la Nature du Commerce en Général*. London: Fletcher Gyles.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing* (7th ed.). Pearson.
- Christopher, M. (2016). *Logistics & supply chain management* (5th ed.). Pearson.
- Cummings, S., & Angwin, D. (2015). *Strategy Builder*. Wiley.
- Damodaran, A. (2012). *Investment Valuation*. Wiley.
- Delmar, F., & Shane, S. (2003). Does business planning facilitate the development of new ventures? *Strategic Management Journal*, 24(12), 1165–1185.
- Demirkan, H., Spohrer, J. C., & Welser, J. J. (2020). Digital innovation and strategic transformation. *IT Professional*, 22(3), 14–19.
- Dhewanto, W., Affif, A. Z., & Permatasari, A. (2018). *Kewirausahaan: Teori, praktik, dan kasus-kasus*. Bandung: Alfabeta.
- Drucker, P. F. (1964). *Managing for Results*. New York: Harper & Row.
- Drucker, P. F. (2014). *Innovation and Entrepreneurship*. Harper Business.

- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Baabdullah, A. M., Ribeiro-Navarrete, S., Giannakis, M., Al-Debei, M. M., ... & Wamba, S. F. (2022). Metaverse beyond the hype: Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 66, 102542.
- Eisenman, M. (2013). Understanding aesthetic innovation in organizations. *Academy of Management Review*, 38(3), 332–351.
- Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies enable entrepreneurial learning. *Technological Forecasting and Social Change*, 150, 119791.
- Feinleib, D. (2012). *Why Startups Fail*. Apress.
- Fellnhöfer, K. (2019). Entrepreneurship education revisited: Exploring the role of entrepreneurial experience and business modeling. *Journal of Business Research*, 94, 26–37.
- Floridi, L. (2019). *The ethics of artificial intelligence*. Oxford University Press.
- Fritscher, B., & Pigneur, Y. (2015). Extending the Business Model Canvas with Design Thinking Elements: A Case Study. Proceedings of the 2015 48th Hawaii International Conference on System Sciences, 1058–1067.
- Fukuyama, F. (2018). *Identity: The demand for dignity and the politics of resentment*. New York, NY: Farrar, Straus and Giroux.
- Gartner, W. B. (2004). *The Entrepreneurial Process*. In W. B. Gartner (Ed.), *Handbook of Entrepreneurship*.
- Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N. M., & Hultink, E. J. (2017). The Circular Economy—A new sustainability paradigm? *Journal of Cleaner Production*, 143, 757–768.
- Gomber, P., Kauffman, R. J., Parker, C., & Weber, B. W. (2017). On the fintech revolution: Interpreting the forces of innovation, disruption, and transformation in financial services. *Journal of Management Information Systems*, 35(1), 220–265.
- Guttentag, D. A. (2010). Virtual reality: Applications and implications for tourism. *Tourism Management*, 31(5), 637–651.

- Hartley, J., Wen, W., & Li, H. (2015). *Creative economy and culture: Challenges, changes and futures for the creative industries*. SAGE.
- Ioannou, I., & Serafeim, G. (2015). The impact of corporate social responsibility on investment recommendations. *Academy of Management Journal*, 58(2), 422–448.
- Ivanov, S., & Webster, C. (2019). Adoption of robots, artificial intelligence and service automation by travel, tourism and hospitality companies – A cost-benefit analysis. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(5), 1552–1576.
- Joyce, A., & Paquin, R. L. (2016). The triple layered business model canvas: A tool to design more sustainable business models. *Journal of Cleaner Production*, 135, 1474–1486.
- Kagermann, H., Wahlster, W., & Helbig, J. (2017). *Recommendations for implementing the strategic initiative INDUSTRIE 4.0*. Frankfurt: Acatech.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). (2024). *Kewirausahaan*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.
- Keesara, S., Jonas, A., & Schulman, K. (2020). Covid-19 and health care's digital revolution. *New England Journal of Medicine*, 382(23), e82.
- Klaus Schwab. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). *Competing models of entrepreneurial intentions*. *Journal of Business Venturing*.
- Kuratko, D. F. (2017). *Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice*. Cengage Learning.

- Lasi, H., Fettke, P., Kemper, H. G., Feld, T., & Hoffmann, M. (2014). Industry 4.0. *Business & Information Systems Engineering*, 6(4), 239–242.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce: Business, technology, society* (16th ed.). Pearson.
- Lestari, N., & Suryana, Y. (2020). Karakteristik wirausaha dalam menghadapi era digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(2), 45–58. <https://doi.org/10.24853/jebd.5.2.45-58>
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). *Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions*.
- Luckin, R., Holmes, W., Griffiths, M., & Forcier, L. B. (2016). *Intelligence unleashed: An argument for AI in education*. Pearson.
- Lunenburg, F. C. (2011). *Expectancy Theory of Motivation*. International Journal of Management, Business, and Administration.
- Marr, B. (2016). *Big data in practice: How 45 successful companies used big data analytics to deliver extraordinary results*. Wiley.
- Massa, L., Tucci, C. L., & Afuah, A. (2017). A critical assessment of business model research. *Academy of Management Annals*, 11(1), 73–104
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton: D. Van Nostrand Company.
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton: Van Nostrand.
- McKeever, M. (2020). *How to Write a Business Plan*. Nolo Press.
- Moh. Alifuddin dan Mashur Razak, 2015. *Kewirausahaan*. Jakarta: Magna Script Publishing
- Moon, Y., & Quelch, J. (2006). Starbucks: Delivering Customer Service. *Harvard Business School Case*.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. Wiley.
- Moreno, A. I., & Bronfman, C. (2021). *Ethics in digital society: Challenges and responses*. Springer.
- Muhammad Dinar et.al, 2020. *Kewirausahaan*. Bandung : Penerbit Media Sains Indonesia

- Nitisastro, Mulyadi, 2009. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Bandung : Penerbit Alfabeta
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley & Sons.
- Rich, S., & Gumpert, D. (2012). How to write a winning business plan. *Harvard Business Review*.
- Slack, N., Brandon-Jones, A., & Burgess, N. (2019). *Operations Management*. Pearson.
- Taneja, S., & Gupta, A. (2021). Business proposal effectiveness. *Journal of Business Strategy*, 42(2), 115–128.
- Tong, D., & Wong, A. (2022). Platform competition in Southeast Asia. *Journal of Asian Business Studies*, 16(3), 455–472.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). *Organizational Behavior*. Pearson.
- Rusdiana, 2014. *Kewirausahaan (Teori dan Praktek)*. Bandung : Penerbit CV.Pustaka Setia
- Sachs, J. D., Schmidt-Traub, G., Mazzucato, M., Messner, D., Nakicenovic, N., & Rockström, J. (2019). Six transformations to achieve the sustainable development goals. *Nature Sustainability*, 2(9), 805–814.
- Sasaki, M. (2020). *Society 5.0: A people-centric super-smart society*. Springer.
- Schaper, M., & Volery, T. (2021). *Entrepreneurship and Small Business*. Wiley.
- Seneviratne, S., Hu, Y., Nguyen, T., Lan, G., Khalifa, S., Thilakarathna, K., ... & Seneviratne, A. (2017). A survey of wearable devices and challenges. *IEEE Communications Surveys & Tutorials*, 19(4), 2573–2620.
- Setiawan, Adang dan Fitriana Prabandari, 2023. *Be Manager or Entrepreneur*. Bandung : Penerbit CV. Widina
- Setiawan, Adang et.all, 2024. *Wirausaha Akhlakul Karimah*. Bandung : Penerbit UHS Press

- Sundararajan, A. (2016). *The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism*. MIT Press.
- Tapscott, D., & Tapscott, A. (2018). *Blockchain revolution: How the technology behind bitcoin is changing money, business, and the world*. Penguin.
- Turilli, M., & Floridi, L. (2009). The ethics of information transparency. *Ethics and Information Technology*, 11(2), 105–112. <https://doi.org/10.1007/s10676-009-9187-9>
- Ulrich, K., & Eppinger, S. (2015). *Product Design and Development*. McGraw-Hill.
- Van Laar, E., Van Deursen, A. J., Van Dijk, J. A., & De Haan, J. (2020). Measuring the levels of 21st-century digital skills among professionals working within the creative industries: A performance-based approach. *Poetics*, 81, 101434.
- Von Solms, R., & Van Niekerk, J. (2013). From information security to cyber security. *Computers & Security*, 38, 97–102.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and Motivation*. Wiley.
- Wolfert, S., Ge, L., Verdouw, C., & Bogaardt, M. J. (2017). Big data in smart farming—A review. *Agricultural Systems*, 153, 69–80.
- World Health Organization. (2023). *Physical Activity Report*.
- Xu, M., David, J. M., & Kim, S. H. (2021). The Fourth Industrial Revolution: Opportunities and challenges. *International Journal of Financial Research*, 9(2), 90–95.
- Zawacki-Richter, O., Bozkurt, A., Alturki, U., & Aldraiweesh, A. (2019). What research says about MOOCs—An explorative content analysis. *International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 19(1), 242–259.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2008). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2018). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Pearson.
- Bharadwaj, A., et al. (2013). Digital business strategy. *MIS Quarterly*, 37(2), 471–482

- Busalim, A. H., Ghabban, F., & Hussin, A. R. C. (2021). Customer engagement in social commerce. *Information Systems Frontiers*, 23, 1–19.
- Davenport, T. H., & Ronanki, R. (2018). Artificial intelligence for the real world. *Harvard Business Review*, 96(1), 108–116.
- Iansiti, M., & Lakhani, K. R. (2020). *Competing in the Age of AI: Strategy and Leadership When Algorithms and Networks Run the World*. Harvard Business Review Press.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0*. Hoboken: Wiley.
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2019). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the digital age. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 353–375.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management Information Systems*. Pearson.
- Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 10291055.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. Hoboken: Wiley.
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Business.
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144.
- Wamba, S. F., Akter, S., Edwards, A., Chopin, G., & Gnanzou, D. (2017). How 'big data' can make big impact. *Journal of Business Research*, 70, 356–365.

DATA PENULIS

Adang Setiawan, M.M.



Penulis lahir di Kabupaten Majalengka Provinsi Jawa Barat. Penulis menyelesaikan pendidikan (S1) di STIE-YPKP Bandung (sekarang Universitas Sangga Buana) dan (S2) Magister Manajemen di IKOPIN (Institut Manajemen Koperasi Indonesia) Bandung. Penulis saat ini telah menerbitkan buku-buku tentang bisnis dan manajemen di beberapa penerbit diantaranya buku *“Jejak Langkah Wirausaha”, “Merintis dan Mengelola Bengkel Sepeda Motor”, “Be Manager or Entrepreneur”, “Wirausaha Akhlakul Karimah”, “Manajemen Keuangan (Teori dan Aplikasi), Komunikasi Bisnis dan lain-lain* serta berbagai artikel mengenai Kewirausahaan dan Pendidikan yang pernah diterbitkan di H.U.Pikiran Rakyat dan berbagai Surat Kabar ternama lainnya. Penulis berprofesi sebagai dosen sejak tahun 1997 di AKPI (Akademi Keuangan dan Perbankan Indonesia) Bandung dan di beberapa PTS di Kota Bandung serta pernah sebagai pembina kewirausahaan dan wakil pimpinan di sebuah lembaga pelatihan LPK. Pelita Massa Bandung. Saat ini penulis sebagai Dosen Tetap Prodi Manajemen Fak. Ekonomi dan Bisnis di Universitas Halim Sanusi PUI Bandung. Penulis dapat dihubungi melalui email: dankstw123@gmail.com

Vania Nur Rizqi, S.ST., M.S.M.



Penulis adalah seorang akademisi di bidang ekonomi Islam. Lulusan Magister Sains dan Manajemen (MSM) dari Sekolah Bisnis dan Manajemen, Institut Teknologi Bandung (SBM ITB) pada tahun 2016, saat ini ia mengabdikan diri sebagai dosen di Universitas Halim Sanusi, khususnya di Program Studi Ekonomi Islam. Dengan minat yang mendalam terhadap pengembangan bisnis kecil dan keuangan syariah, Vania aktif dalam penelitian dan

pengabdian masyarakat, berkontribusi dalam membangun ekosistem ekonomi berbasis prinsip syariah yang inklusif dan berkelanjutan.

Lysda Reviyanti, S.Pd., M.Pd



Penulis adalah seorang penulis dan akademisi yang lahir di Bandung pada tanggal 16 Desember 1994. Saat ini, ia berusia 30 tahun dan berasal dari keturunan Bukittinggi–Arab–Sunda. Latar belakang pendidikannya dimulai dari jenjang sarjana di STKIP Pasundan Cimahi pada program studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan (2012–2017), kemudian dilanjutkan dengan pendidikan magister pada bidang Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial di institusi yang sama hingga tahun 2019. Sejak masa studinya, Lysda dikenal sebagai sosok yang gigih, tekun, dan memiliki kecintaan besar pada dunia penelitian dan penulisan ilmiah. Ia menemukan kegembiraan dalam mengeksplorasi ide-ide baru serta menghadirkan solusi bagi berbagai tantangan di bidang sosial, pendidikan, dan budaya. Selain aktif menulis dan meneliti, Lysda Reviyanti memiliki kemampuan bahasa yang baik. Ia menguasai Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, dan Bahasa Jepang secara aktif. Keahliannya dalam berbahasa mendukung kiprahnya sebagai peneliti, pendidik, sekaligus penulis yang produktif dalam lingkup nasional maupun internasional. Dalam keseharian, ia memiliki hobi yang erat kaitannya dengan dunia akademik dan kreativitas, yaitu melakukan penelitian, menulis, serta menggambar. Ketiga hobi ini memperkuat identitasnya sebagai sosok yang tidak hanya menekuni ilmu pengetahuan, tetapi juga menyalurkan gagasan dan imajinasinya melalui karya-karya visual dan literasi. Dari sisi profesi, Lysda Reviyanti berkarier sebagai seorang dosen sekaligus editor. Peran ganda ini semakin memperkaya kontribusinya dalam dunia akademik, baik melalui pengajaran maupun melalui pendampingan dalam penyuntingan naskah ilmiah. Sebagai dosen, ia berkomitmen membangun generasi muda yang kritis, kreatif, dan beretika. Sementara sebagai editor, ia berperan menjaga kualitas tulisan agar

dapat memberikan manfaat akademik dan praktis yang lebih luas bagi masyarakat.

Berikut ini beberapa pengalaman yang dimiliki:

1. Wakil Kepala Sekolah Bidang Kesiswaan di SMK Bandung Barat 2 Cihampelas (2016- 2020)
2. Dosen Luar Biasa Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial di Universitas Bale Bandung (2019-2020)
3. Dosen Tetap Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar di Universitas Halim Sanusi PUI (2020-sekarang)
4. Anggota Asosiasi Perguruan Tinggi Swasta (ABPPTSI) Wilayah Jawa Barat dan Banten (2019 - sekarang)
5. Anggota Persatuan Dosen Peneliti Indonesia (PDPI) (2022 - sekarang).

KEWIRAUSAHAAN

Teori, Praktik dan Transformasi Ide Usaha

Buku “Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Transformasi Ide Usaha” hadir sebagai panduan komprehensif bagi siapa pun yang ingin memahami kewirausahaan tidak hanya sebagai konsep, tetapi sebagai proses nyata yang dapat diwujudkan. Buku ini mengintegrasikan landasan teori kewirausahaan dengan praktik lapangan yang aplikatif, sehingga pembaca mampu menjembatani kesenjangan antara pengetahuan akademik dan realitas bisnis.

Melalui pembahasan yang sistematis dan mudah dipahami, buku ini mengajak pembaca menelusuri perjalanan wirausaha sejak tahap pembentukan mindset, identifikasi peluang, pengembangan ide usaha, hingga transformasi ide menjadi model bisnis yang berkelanjutan. Berbagai studi kasus, contoh praktis, dan pendekatan kontekstual disajikan untuk memperkuat pemahaman serta melatih kemampuan berpikir kritis dan kreatif.

Lebih dari sekadar buku teks, karya ini dirancang sebagai sumber inspirasi dan panduan transformasi mendorong pembaca untuk berani berinovasi, adaptif terhadap perubahan, serta mampu menciptakan nilai tambah bagi diri sendiri dan masyarakat. Buku ini sangat relevan digunakan sebagai referensi perkuliahan kewirausahaan, modul pembelajaran, maupun bacaan strategis bagi mahasiswa calon dan pelaku usaha di era ekonomi dinamis.



www.penerbitwidina.com



[@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)



[penerbit widina](https://www.facebook.com/penerbitwidina)



penerbitwidina@gmail.com



widina store



widina bookstore

Layanan Pembaca & Penerbitan Buku
0815-7000-699



SCANME

Kewirausahaan

ISBN 978-634-246-700-8



9

786342

467008