

Muhisom, M.Pd.I.
Dr. Ade Imelda Firmayanti, M.Pd.
Rima Yuni Saputri, M.Pd.

BUKU

KEWIRAUSAHAAN



BUKU

KEWIRAUSAHAAN

Muhisom, M.Pd.I.
Dr. Ade Imelda Firmayanti, M.Pd.
Rima Yuni Saputri, M.Pd.



BUKU KEWIRAUSAHAAN

Ditulis oleh:

Muhisom M.Pd.I.

Dr. Ade Imelda Firmayanti, M.Pd.

Rima Yuni Saputri M.Pd.

Diterbitkan, dicetak, dan didistribusikan oleh

Nafal Publishing

PT Nafal Global Nusantara

Jl. Utama 1 Metro 34112

Telp: +62823-7716-1512, +62 858-0920-7521

Email: nafalglobalnusantara@gmail.com

Anggota IKAPI No. 017/LPU/2024



Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak baik sebagian ataupun keseluruhan isi buku dengan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.

Cetakan I, Desember 2025

Perancang Sampul: Nihlatul Azizah

Penata Letak: Nihlatul Azizah

ISBN: 978-634-7493-31-6

E-ISBN: 978-634-7493-32-3

viii + 118 hlm; 15,5x23 cm.

©Desember 2025



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya sehingga buku yang berjudul **“Kewirausahaan”** ini dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini disusun sebagai salah satu upaya untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai konsep, prinsip, dan praktik kewirausahaan yang relevan dengan perkembangan zaman, terutama dalam menghadapi tantangan dunia usaha yang dinamis dan kompetitif.

Kewirausahaan merupakan salah satu faktor penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, serta menumbuhkan kreativitas dan inovasi di masyarakat. Oleh karena itu, buku ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi mahasiswa, pelajar, maupun masyarakat umum yang ingin memahami lebih jauh tentang bagaimana membangun jiwa wirausaha, merancang ide bisnis, serta mengelola usaha secara efektif dan berkelanjutan.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyusunan buku ini. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi para pembaca untuk menumbuhkan semangat berwirausaha yang inovatif, kreatif, dan mandiri.

Muhisom M.Pd.I.

Lampung, Desember 2025



DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi	v

BAB 1

KONSEP KEWIRAUSAHAAN	1
A. Pengertian Wirausaha.....	2
B. Pengertian Pendidikan Kewirausahaan.....	5
C. Tujuan pendidikan kewirausahaan.....	8
D. Nilai-nilai Pendidikan Kewirausahaan	9
E. Proses internalisasi jiwa kewirausahaan di SD.....	11
F. Rangkuman.....	17
G. Soal Pilihan Ganda	18
H. Kunci Jawaban.....	20
I. Daftar Pustaka	20

BAB 2

PELUANG USAHA.....	23
A. Pengertian Peluang Usaha.....	24
B. Tujuan Peluang Usaha.....	25

C. Ciri-Ciri Peluang Usaha	27
D. Mengembangkan Ide dan Peluang Usaha	29
E. Rangkuman.....	32
F. Soal Pilihan Ganda	33
G. Kunci Jawaban.....	34
H. Daftar Pustaka	35

BAB 3

TEORI KEWIRAUSAHAAN	37
A. Teori Kewirausahaan Pemasaran	38
B. <i>Marketing Mix</i>	42
C. <i>Promotion Mix</i>	47
D. Periklanan.....	52
E. Rangkuman.....	62
F. Soal Pilihan Ganda	66
G. Kunci Jawaban.....	68
H. Daftar Pustaka	68

BAB 4

MANAJEMEN USAHA.....	69
A. Pengertian Manajemen Usaha.....	70
B. Urgensi Manajemen Bisnis	70
C. Fungsi Manajemen Bisnis	71
D. Fungsi Oprasional Manajemen	75
E. Rangkuman.....	78
F. Soal Pilihan Ganda	80
G. Kunci Jawaban.....	82
H. Daftar Pustaka	82

BAB 5

PRODUKSI 83

A. Pengertian Produksi 84

B. Fungsi Produksi..... 85

C. Tujuan Produksi 87

D. Jenis Jenis Produksi..... 88

E. Rangkuman..... 91

F. Soal Pilihan Ganda 92

G. Kunci Jawaban 94

H. Daftar Pustaka..... 94

BAB 6

MANAJEMEN KEUANGAN..... 95

A. Pengertian Manajemen Keuangan 96

B. Fungsi Manajemen Keuangan 97

C. Literasi Keuangan..... 99

D. Teknologi Keuangan 101

E. Perilaku Keuangan 104

F. Kinerja Keuangan..... 107

G. Rangkuman..... 110

H. Soal Pilihan Ganda 113

I. Kunci Jawaban 114

J. Daftar Pustaka 115

Biodata Penulis..... 117



BAB 1

KONSEP KEWIRAUSAHAAN

Kewirausahaan tidak akan terlepas dari kualitas sumber daya manusia (SDM) yang handal, kreatif, inovatif dan tidak bergantung pada orang lain. Sumber daya manusia yang berkualitas harus memiliki keunggulan sikap, pengetahuan, dan keterampilan secara kompetitif dan tidak mudah menyerah. Sumber daya manusia merupakan asset yang sangat vital baik dalam organisasi, kelompok, ataupun perusahaan, karena keberadaannya tidak dapat digantikan oleh sumber daya lainnya. Permasalahannya, bagaimana cara mendapatkan atau memunculkan sumber daya manusia yang profesional dan bisa melepaskan dirinya dari tantangan hidup seperti sekarang. Peluang kerja formal sulit diperoleh, pemutusan hubungan kerja terjadi di beberapa perusahaan, sehingga persaingan semakin ketat untuk mencari alternatif pekerjaan mandiri.

Kewirausahaan merupakan usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan. Nilai tambah tersebut dapat diciptakan dengan cara mengembangkan teknologi, pengetahuan, cara-cara dan keterampilan yang baru untuk menghasilkan barang atau jasa kerja baru yang lebih efektif dan efisien. Memperbaiki produk dan jasa

yang sudah ada, dan menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan merupakan nilai tambah.

A. Pengertian Wirausaha

Wirausaha adalah seorang yang berani berusaha secara mandiri dengan mengerahkan segala sumber daya dan upaya meliputi kepandaian mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodelan operasinya untuk menghasilkan sesuatu yang bernilai lebih tinggi.

Adapun beberapa pengertian dari wirausaha ialah sebagai berikut:

1. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)
Pengertian wirausaha sama dengan wiraswasta, yaitu orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara promosi baru, menyusun operasi untuk pengadaan baru, memasarkannya, serta mengatur permodelan operasinya.
2. Richard Cantillon (1755)
Entrepreneurial is an innovator and indivial developing something unique and new (wirausaha adalah seorang penemu dan individu yang membangun sesuatu yang unik dan baru).
3. J.B Say (1803)
Wirausaha adalah pengusaha yang mampu mengelola sumber sumber daya yang dimiliki secara ekonomis (efektif dan efisien) dan tingkat produktivitas yang rendah menjadi tinggi.
4. Peter Drucker
Menyatakan bahwa wirausaha tidak mencari risiko, tetapi mereka mencari peluang (Osborne, 1992). Seorang inovator dan wirausaha yang terkenal dan sukses bukan sekedar penanggung risiko, tapi mereka mencoba mendefinisikan risiko yang harus mereka hadapi dan meminimalkannya. Jika seorang wirausaha berhasil mendefinisikan risiko kemudian membatasinya, dan mereka secara sistematis dapat



BAB 2

PELUANG USAHA

Kewirausahaan merupakan elemen penting dalam perekonomian yang berperan dalam menciptakan lapangan kerja dan mendorong inovasi. Latar belakang kewirausahaan berfokus pada kemampuan individu untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang usaha yang ada di sekitarnya. Peluang usaha adalah kesempatan untuk menjalankan bisnis dengan tujuan meraih keuntungan, yang dapat diperoleh melalui analisis terhadap faktor internal seperti minat dan bakat, serta faktor eksternal seperti kondisi pasar dan lingkungan sosial.

Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat, terutama generasi muda, untuk berwirausaha, banyak yang mulai melirik peluang bisnis sebagai alternatif karir. Hal ini disebabkan oleh tantangan dalam mencari pekerjaan tetap dan keinginan untuk mencapai kemandirian finansial. Kewirausahaan tidak hanya memerlukan kreativitas dan inovasi, tetapi juga manajemen yang baik untuk mengelola sumber daya dan menghadapi persaingan.

A. Pengertian Peluang Usaha

Kata “Peluang Usaha” terdiri dari dua kata, yaitu peluang yang artinya kesempatan dan usaha yang artinya upaya dengan berbagai daya untuk mencapai tujuan atau sesuatu yang diinginkan. Secara sederhana, pengertian peluang usaha adalah kesempatan yang dimiliki seseorang untuk mencapai tujuan (keuntungan, uang, kekayaan) dengan cara melakukan usaha yang memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki. Peluang usaha adalah peluang yang sudah ada muncul dari proses menjalankan usaha maupun yang lahir dari proses pembacaan usaha yang berpotensi memiliki peluang keuntungan yang besar.

Peluang usaha adalah kesempatan atau waktu yang tepat yang seharusnya di ambil atau dimanfaatkan bagi seseorang wirausahawan mendapat keuntungan. Banyak peluang yang di sia-siakan, sehingga berlalu begitu saja karena tidak semua orang dapat melihat peluang dan yang melihat pun belum tentu berani memanfaatkan peluang tersebut. Hanya seorang wirausahawan yang dapat berpikir kreatif serta berani mengambil risiko itulah yang dengan tanggap dan cepat memanfaatkan peluang. Peluang usaha yang telah di ambil tentu akan memiliki konsekuensi bagi pengambil keputusan. Jika berhasil dapat dikatakan mendapat keuntungan, namun jika gagal maka itu bagian dari resiko yang harus di hadapi. Namun demikian, hal itu dapat dijadikan pengalaman yang sangat berharga.

Menurut W. Keith Schilit, keberhasilan sebuah usaha tidak terjadi secara kebetulan, melainkan merupakan hasil dari perpaduan berbagai faktor strategis yang saling mendukung. Ada delapan elemen penting yang menjadi penentu kesuksesan bisnis, yaitu pemilihan peluang usaha yang tepat, keunggulan dalam persaingan, kualitas produk atau layanan, serta inovasi yang berkelanjutan. Selain itu, kesuksesan juga ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam menghargai konsumen, memiliki manajemen yang handal, lokasi usaha yang strategis, serta dukungan dari modal yang kuat.

Peluang usaha sendiri dapat muncul dari berbagai perubahan dan dinamika di lingkungan sekitar, seperti perubahan tren gaya hidup



BAB 3

TEORI KEWIRAUSAHAAN

Pemasaran adalah salah satu fungsi kunci dalam bisnis yang berperan dalam mengidentifikasi, menciptakan, dan memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, pemasaran memegang peranan penting untuk menjembatani antara produk atau layanan yang ditawarkan perusahaan dengan konsumen yang membutuhkannya. Perkembangan teknologi, perubahan perilaku konsumen, dan globalisasi telah mengubah lanskap pemasaran, memaksa perusahaan untuk terus berinovasi dalam pendekatan mereka.

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan kemajuan teknologi, cara konsumen mencari informasi dan berinteraksi dengan merek juga berubah. Jika sebelumnya pemasaran dilakukan melalui media tradisional seperti televisi, radio, atau koran, kini banyak perusahaan mengalihkan fokus ke pemasaran digital. Platform media sosial, iklan berbasis data, dan interaksi online telah mengubah cara merek berkomunikasi dengan audiensnya.

Keberhasilan sebuah bisnis tidak hanya bergantung pada produk yang berkualitas, tetapi juga bagaimana produk tersebut dikomunikasikan dan diposisikan di benak konsumen. Di sinilah peran pemasaran menjadi

sangat krusial, karena melalui pemasaran, perusahaan dapat membangun kesadaran merek, menarik pelanggan baru, mempertahankan pelanggan lama, serta meningkatkan penjualan dan profitabilitas

A. Teori Kewirausahaan Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah: “Suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain”. (Kotler, 2005:174).

Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. (Malayu S.P. Hasibuan, 2005: 143). Setiap perusahaan selalu berusaha untuk dapat tetap hidup dan berkembang dan mampu bersaing. Dalam rangka inilah, maka setiap perusahaan selalu menetapkan dan menerapkan strategi dan cara pelaksanaan kegiatan pemasarannya. Kegiatan pemasaran yang dilakukan, diarahkan untuk dapat mencapai sasaran perusahaan dalam jangka panjang dan share pasar-pasar tertentu dalam suatu jangka waktu tertentu.

Pengarahan kegiatan pemasaran tersebut hanya mungkin dapat dilakukan dengan menetapkan garis-garis besar pedoman/panduan umum perusahaan dalam bidang pemasaran, yang sering dikenal dengan kebijakan pemasaran. Kebijakan pemasaran tentunya sejalan dengan konsep pemasaran, yang menekankan pemberian pelayanan yang memuaskan kepada konsumen, melalui kegiatan dan strategi pemasaran yang terpadu dan memungkinkan diperolehnya keuntungan atau laba dalam jangka waktu panjang.

Salah satu unsur dan strategi pemasaran terpadu adalah strategi yang dijalankan perusahaan, yang berkaitan dengan penentuan bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk pada segmen pasar tertentu, yang merupakan sasaran pasarnya. Definisi pemasaran ini bersandar pada konsep inti yang meliputi kebutuhan



BAB 4

MANAJEMEN USAHA

Dalam konteks pengembangan usaha, masalah manajemen sering kali muncul sebagai tantangan utama yang dihadapi oleh para wirausahawan. Kewirausahaan yang efektif memerlukan pemahaman mendalam tentang prinsip-prinsip manajemen, namun banyak pengusaha, terutama yang baru memulai, yang belum sepenuhnya memahami aspek-aspek ini. Beberapa faktor yang menjadi latar belakang masalah dalam manajemen usaha antara lain: Ketidak stabilan pasar, Sumber daya terbatas, Kurangnya pengetahuan dan keterampilan manajemen, Persaingan yang ketat, Perubahan teknologi, Kompleksitas operasional.

Tanpa manajemen yang efektif, perusahaan berisiko mengalami kerugian, penurunan produktivitas, dan bahkan kebangkrutan. Oleh karena itu, penting bagi pengusaha untuk memahami dan mengimplementasikan teori serta praktik manajemen usaha yang baik sebagai solusi untuk mengatasi tantangan

A. Pengertian Manajemen Usaha

Manajemen usaha bisa juga disebut manajemen bisnis adalah proses di mana perusahaan merencanakan, mengatur, mengarahkan dan mengendalikan kegiatan dan sumber daya perusahaan untuk mencapai tujuannya dengan cara yang efektif dan efisien dalam lingkungan yang selalu berubah. Ini adalah proses mengawasi dan mengendalikan urusan bisnis organisasi.

Manajemen usaha juga melibatkan pembentukan lingkungan bisnis bagi karyawan dan pengusaha sehingga mereka dapat bekerja sama untuk mencapai tujuan organisasi dengan sukses dan kompeten. Ini akan Manajemen usaha, bisa juga disebut manajemen bisnis adalah proses di mana perusahaan merencanakan, mengatur, mengarahkan dan mengendalikan kegiatan dan sumber daya perusahaan untuk mencapai tujuannya dengan cara yang efektif dan efisien dalam lingkungan yang selalu berubah. Ini adalah proses mengawasi dan mengendalikan urusan bisnis organisasi.

Manajemen usaha juga melibatkan pembentukan lingkungan bisnis bagi karyawan dan pengusaha sehingga mereka dapat bekerja sama untuk mencapai tujuan organisasi dengan sukses dan kompeten. Ini akan memandu sekelompok orang untuk menggabungkan pekerjaan mereka secara terencana untuk mencapai tujuan organisasi. Paul Hawken menyatakan bahwa: “Manajemen yang baik adalah seni membuat masalah menjadi begitu menarik dan pemecahannya begitu konstruktif sehingga setiap orang ingin bekerja dan menanganinya.”

B. Urgensi Manajemen Bisnis

Pentingnya manajemen bisnis bagi pelaku bisnis di sektor UMKM dapat dilihat dalam beberapa bidang penguatan manajemen yaitu pemasaran, SDM, keuangan dan operasional. Di bidang pemasaran, perlu dikembangkan sistem pemasaran digital yang tepat sasaran dan dapat menjangkau masyarakat luas. Misalnya dengan menyebar brosur pada lokasi strategis, melakukan promosi melalui radio, Koran, media social seperti Facebook.



BAB 5

PRODUKSI

Produksi, pastinya sudah tidak asing lagi dengan kata produksi, produksi adalah proses menciptakan atau memperluas penggunaan suatu produk atau jasa dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia (Assauri, 2008). Kegiatan produksi ini tidak lepas dari kehidupan kita.

Karena kegiatan produksi sangatlah berpengaruh bagi kehidupan sehari - hari masyarakat. Baik bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka ataupun bagi produsen itu sendiri untuk mendapatkan laba dari kegiatan produksi perusahaannya.

Fungsi produksi merupakan suatu fungsi yang menunjukkan keterkaitan antara hasil produksi dengan faktor produksi. Jumlah output yang harus dihasilkan serta jumlah input yang akan digunakan merupakan dua variabel yang terlibat dalam kegiatan produksi yang mempunyai hubungan fungsional atau pengaruh satu sama lain.

Dalam proses produksi yang baik perlu memperhatikan beberapa hal seperti menetapkan tujuan yang ingin dicapai dalam melaksanakan kegiatan produksi. Dalam memproduksi barang maupun jasa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan produksi diantaranya faktor alam, manusia,

teknologi dan lain - lain. Kegiatan produksi sendiri dibedakan menjadi: proses produksi terus-menerus dan proses produksi terputus-putus.

A. Pengertian Produksi

Nilai Produksi adalah segala kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan atau menambah guna atas suatu benda atau segala kegiatan yang ditujukan untuk memuaskan orang lain melalui pertukaran dalam mencakup setiap usaha manusia dan kemampuan untuk menambah faedah dalam memenuhi kebutuhan manusia.

Pengertian produksi menurut Magfuri (1987), adalah mengubah barang agar mempunyai kegunaan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Sedangkan produksi menurut Ace Partadireja (1987), setiap proses produksi untuk menghasilkan barang dan jasa dinamai proses produksi karena proses produksi mempunyai landasan teknis yang dalam teori ekonomi disebut fungsi produksi. Menurut Sumarti dan Soeprihanto (1991), Produksi adalah semua kegiatan dalam menciptakan atau menambah kegunaan barang atau jasa, dimana untuk kegiatan tersebut diperlukan faktor-faktor produksi.

Fungsi produksi diartikan sebagai suatu fungsi yang menunjukkan hubungan antara hasil produksi fisik (*output*) dengan faktor-faktor produksi (*input*). Dengan demikian ada hubungan yang erat antara input dan output seperti yang dikemukakan Sudarsono mengenai fungsi produksi adalah hubungan teknis yang menghubungkan input dan hasil produksinya atau output.

Proses produksi dalam dunia usaha merupakan kegiatan kompleks yang memerlukan perencanaan matang serta mempertimbangkan berbagai aspek strategis. Setiap keputusan terkait produksi harus dilandasi oleh tujuan memenuhi kebutuhan masyarakat serta memberikan nilai ekonomi dan etika yang positif bagi perusahaan maupun konsumen.

Pertama, pemilihan jenis produk yang akan diproduksi perlu memperhatikan jenis kebutuhan masyarakat—baik primer, sekunder, maupun tersier dan harus memberikan manfaat secara ekonomis dan



BAB 6

MANAJEMEN KEUANGAN

Dalam lanskap bisnis yang dinamis dan terus berubah, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan sebagai tulang punggung perekonomian. Namun, UMKM seringkali menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhan dan keberlangsungan usahanya. Salah satu tantangan krusial yang dihadapi adalah pengelolaan keuangan yang efektif.

Kurangnya literasi keuangan di kalangan wirausahawan UMKM juga menjadi kendala yang signifikan. Permasalahan yang sering muncul antara lain: banyak UMKM kesulitan mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan formal karena kurangnya agunan atau informasi keuangan yang lengkap, banyak wirausahawan UMKM tidak memiliki latar belakang pendidikan formal di bidang keuangan, sehingga kesulitan dalam menyusun anggaran, mengelola arus kas, dan menganalisis laporan keuangan. Meskipun teknologi keuangan menawarkan berbagai solusi inovatif, banyak UMKM yang belum siap untuk mengadopsinya karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan. Akibatnya, banyak UMKM yang mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya, bahkan mengalami kegagalan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan UMKM, dengan fokus pada

peran literasi keuangan, perilaku keuangan, akses terhadap permodalan, dan pemanfaatan teknologi keuangan.

A. Pengertian Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mengatur sumber daya keuangan perusahaan, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, hingga pengendalian. Tujuannya adalah untuk memastikan kelancaran operasional bisnis, penggunaan dana yang optimal, dan pengambilan keputusan yang tepat. Manajemen keuangan terdiri dari dua kata yang memiliki arti masing-masing dan di satukan menjadi satu kesatuan yang komplit. Manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang ke arah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata.

Manajemen keuangan adalah salah satu bagian dari konsep dasar akuntansi ataupun teori akuntansi. Meskipun demikian, ilmu manajemen keuangan sangatlah luas. Namun adapun sebagian orang mengartikan bahwa konsep dasar manajemen keuangan hanya merupakan suatu kegiatan catat mencatat dalam sebuah laporan keuangan dan menjadi tanggung jawab bidang keuangan saja dan faktanya lebih luas dari itu. Manajemen keuangan meliputi seluruh aktivitas organisasi dalam rangka mendapatkan, mengalokasikan serta menggunakan dana secara efektif dan efisien. Manajemen keuangan juga tidak hanya mendapatkan dana saja, melainkan mempelajari bagaimana cara menggunakan serta mengolah dana tersebut.

Beberapa definisi manajemen keuangan yaitu sebagai berikut:

1. Bambang Riyanto

Keseluruhan aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan usaha mendapatkan dana yang diperlukan dengan biaya yang minimal dan syarat syarat yang paling menguntungkan beserta usaha untuk menggunakan dana tersebut seefisien mungkin.

4. C
5. A
6. D
7. C
8. B
9. C
10. C

J. Daftar Pustaka

Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 12(2), 115-125.

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2007). Financial Literacy and Retirement Planning: Evidence from the Health and Retirement Study. *Journal of Pension Economics & Finance*, 6(4), 353-384.

Mu'minah, IH (2021). Studi Literatur: Pembelajaran Abad-21 Melalui Pendekatan Steam (*Science, Technology, Engineering, Art, and Mathematics*) Dalam Menyongsong Era Society 5.0.

Noor, N., Nurfadhilah, N., Ramesh, M., & Mion, G. (2013). The Impact of Financial Literacy on Financial Behavior. *International Journal of Economics and Finance*, 5(1), 123-135.

Prawironegoro, D. (2011). *Analisis Laporan Keuangan*. BPFE Yogyakarta.

Riyanto, B. (2021). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. BPFE Yogyakarta.

Sutrisno, A. (2017). *Manajemen Keuangan*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Wicaksono, A., & Divarda, F. (2015). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan.



BIODATA PENULIS



Muhisom M.Pd.I. merupakan Dosen di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Lampung, tepatnya pada Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar. Saya menyelesaikan pendidikan jenjang Sarjana (S1) Pendidikan Agama Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Raden Intan Lampung 2009, kemudian melanjutkan pendidikan Magister (S2) Pendidikan Agama Islam di institusi yang sama dan berhasil menyelesaikannya pada tahun 2014. Selain menjalankan tugas utama sebagai pendidik dan peneliti, saya juga aktif terlibat dalam kegiatan institusional juga aktif mengisi kegiatan kemahasiswaan ini merupakan komitmen saya selaku dosen untuk mengembangkan potensi mahasiswa.



Dr. Ade Imelda Firmayanti, M.Pd. merupakan seorang Dosen di Universitas Lampung pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan. Latar belakang pendidikan S1 di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta lulus tahun 2019. Kemudian melanjutkan jenjang pendidikan S 2 di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan lulus pada tahun 2021. Selain aktif menjadi Dosen, saat ini saya aktif sebagai anggota tim unit kerjasama di FKIP Universitas Lampung.



Rima Yuni Saputri M.Pd. merupakan Dosen di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Lampung, tepatnya pada Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan. Saya menyelesaikan pendidikan jenjang Sarjana (S1) Pendidikan Agama Islam di Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2019, kemudian melanjutkan pendidikan Magister (S2) Pendidikan Agama Islam di institusi yang sama dan berhasil menyelesaikannya pada tahun 2021. Selain menjalankan tugas utama sebagai pendidik dan peneliti, saya juga aktif terlibat dalam kegiatan institusional, khususnya sebagai anggota tim Unit Kerja Sama FKIP Universitas Lampung. Keterlibatan ini menjadi bagian dari komitmen saya dalam mendukung pengembangan jejaring kemitraan serta peningkatan mutu pendidikan di lingkungan fakultas.



BUKU KEWIRAUSAHAAN

Buku **"Kewirausahaan"** ini membahas secara komprehensif konsep, prinsip, dan praktik dalam dunia wirausaha yang relevan dengan tantangan ekonomi modern. Disusun dengan bahasa yang mudah dipahami, buku ini mengajak pembaca untuk mengenal lebih dalam makna kewirausahaan, mulai dari membangun mental wirausaha, menemukan dan mengembangkan ide bisnis, hingga mengelola usaha agar mampu bersaing secara berkelanjutan.

Dalam buku ini, pembaca akan menemukan berbagai teori kewirausahaan, konsep dasar kewirausahaan, peluang Usaha, Manajemen Usaha, Produksi, Manajemen Keuangan, kewirausahaan berbasis Teknologi sehingga akan membangun paradigma juga strategi inovasi, serta langkah-langkah praktis dalam memulai dan mengembangkan usaha. Dalam buku ini juga menyoroti pentingnya kreativitas, etika bisnis, serta pemanfaatan teknologi dalam menghadapi era digitalisasi ekonomi yang begitu pesat dan penuh daya saing khususnya di Indonesia.

Buku ini sangat cocok bagi mahasiswa, pelajar, maupun masyarakat umum yang ingin menumbuhkan jiwa wirausaha. Dengan membaca buku ini, diharapkan pembaca tidak hanya memahami teori kewirausahaan, tetapi juga termotivasi untuk menjadi pelaku usaha yang inovatif, mandiri, dan berkontribusi positif bagi perekonomian bangsa.



PT Nafal Global Nusantara



✉ nafalglobalnusantara@gmail.com
f Nafal Publishing
nafaipublishing
☎ +6281284872750

Ekonomi

+17

ISBN 978-634-7493-31-6



9 786347 493316