

# BERANI memulai BERWIRAJUSAHA



ISBN: 978-623-94808-3-7

# **BERANI MEMULAI BERWIRASAHA**

Dr. Harries Madiistrlyatno, S.Hum., M.Si.  
Ida Musdafia Ibrahim, S.E., M.M



**CV. PUBLISHER  
MULTIMEDIA INDONESIA**

**2020**

**BERANI memulai BERWIRUSAHA**

**Penulis:**

**Dr. Harries Madiistriyatno, S.Hum., M.Si.  
Ida Musdafia Ibrahim, S.E., M.M**

**ISBN: 978-623-94808-3-7**

**Editor:**

**Burhannudin**

**Design Cover  
Mustaghfiri Abdan**

**Layout:**

**Mustaghfiri Abdan**

**Penerbit:**

**CV. Publisher Multimedia Indonesia**

**Redaksi:**

**Jl. Simpang Gusti IV RT. 34 No. 103 Banjarmasin Utara,  
Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan, Indonesia**

**Kantor Pusat:**

**Jl. Semangat Dalam, Komp. Sajadah Nomor 14B, Alalak,  
Kab. Barito Kuala, Kalimantan Selatan, Indonesia**

**Email: publisher.multimedia@gmail.com  
Website: www.publishermultimedaindonesia.com  
Telp/Wa: +62 878-1405-9515**

**Cetakan pertama: September 2020**

**Copyright © 2020 Penerbit CV. Publisher Multimedia Indonesia**

**Hak cipta dilindungi Undang-Undang. Dilarang memperbanyak karya tulis  
ini dalam bentuk apapun tanpa izin penerbit**

## Kata Pengantar

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa, telah memberi limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan buku yang berjudul "BERANI Memulai BERWIRUSAHA" dan buku ini membahas konsep dasar memulai berwirausaha.

Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Ida Musdafia dan Sekar Khinanthi Harfia. Selaku istri dan anakku yang setiap hari mendukung penulis agar selalu sehat dan berdoa semoga buku ini bermanfaat untuk masyarakat dan pelaku bisnis serta cendikiawan yang ingin memulai usaha atau berwirausaha serta berani untuk memulai membuka bisnis.

Penulis juga berterima kasih kepada keluarga teman-teman, serta semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan buku ini. Harapan penulis semoga buku ini dapat menambah wawasan dan referensi bagi pembaca untuk berani memulai berwirausaha, baik untuk individu, masyarakat maupun di dunia pendidikan sebagai bahan untuk memotivasi bergeraknya nilai-nilai konsep berwirausaha.

Penulis menyadari buku ini masih jauh dari sempurna. Maka dari itu, penulis menerima segala kritik dan saran yang dapat membangun untuk kebaikan dan kesempurnaan penulisan buku berikutnya.

Jakarta, 28 September 2020

Penulis

# Daftar Isi

Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi.....	iv
Bab 1 KEWIRAUSAHAAN.....	viii
A. Pandangan Negatif terhadap Profesi Wirausaha.....	4
B. Manfaat dan Kelemahan Menjadi Wirausaha.....	7
1. Manfaat Menjadi Wirausaha.....	8
2. Kelemahan Menjadi Wirausaha.....	10
Bab 2 WIRAUSAHA DAN KEWIRAUSAHAAN.....	13
A. Pengertian Kewirausahaan Atau <i>Entrepreneur</i> .....	13
B. Model Proses Kewirausahaan atau Entrepreneurship.....	17
1. Proses Inovasi.....	17
2. Proses Pemicu.....	18
3. Proses Pelaksanaan.....	19
4. Proses Pertumbuhan.....	19
Bab 3 INTRA PRENEURSHIP, ULTRAPRENEURSHIP DAN ECOPRENEURING .....	21
A. Memahami Intrapreneurship.....	21
B. Koperasi dan Intrapreneurship.....	24
C. Bendahara dan Intrapreneurship.....	30
D. Memahami Ultrapreneurship.....	36
E. Memahami Ecopreneuring.....	40
Bab 4 PROFIL WIRAUSAHAWAN.....	48
A. Profil Wirausahawan.....	49
B. Falsafah Wirausahawan.....	54

C. Kaidah Kewirausahaan.....	55
D. Sifat yang Menghancurkan Wirausahawan.....	56
E. Mengukur Kemampuan Diri Calon Wirausaha.....	65
<b>Bab 5 KREATIFITAS DALAM KEWIRUSAHAAN.....</b>	<b>67</b>
A. Berpikir Kreatif dalam Kewirausahaan.....	67
B. Mengapa perlu kreatifitas? ( <i>Roe dan Raudsepp</i> ).....	72
C. Hal-Hal yang Merintangi Kreatifitas (Kao,1989).....	73
D. Hal-Hal yang Mengembangkan Kreatifitas (Kao).....	73
E. Intuisi yang Berproses.....	74
<b>Bab 6 ETOS KEWIRUSAHAAN DAN KEPEMIMPINAN.....</b>	<b>76</b>
A. Membangun Motivasi Kewirausahaan.....	76
B. Motivasi: Teori, Proses dan Implementasi.....	77
1. Teori-Teori Motivasi.....	77
3. Teori Motivasi Hawthorne.....	83
4. Teori X dan Teori Y ( Douglas Mc. Gregor).....	84
a. Teori X.....	84
b. Teori Y.....	85
C. Proses dan Implementasi.....	86
D. Kepemimpinan dalam Kewirausahaan.....	88
1. Kepemimpinan Efektif.....	88
2. Sifat-Sifat Pimpinan yang Ideal.....	89
3. Tugas Kepemimpinan.....	90
<b>Bab 7 KEBERANIAN MENGHADAPI RESIKO.....</b>	<b>92</b>
A. Pengertian Resiko.....	92
B. Kiat Menghadapi Resiko.....	94
C. Diperlukan Keyakinan yang Kuat.....	102
D. Hancurkan Pikiran yang Merusak Kepribadian.....	104
E. Bercermin pada Orang-orang Pemberani.....	105
E. Mengurangi Ketergantungan pada Orang Lain.....	106

F. Memiliki Motto untuk Maju.....	108
G. Keberanian Membuat Perbedaan.....	109
H. Mengelola Resiko Usaha.....	111
I. Keberanian Pelaku usaha.....	113
<b>Bab 8 MEMPREDIKSI DAN MENILAI PELUANG PASAR....</b>	<b>116</b>
A. Informasi untuk Menemukan Pasar.....	117
B. Melaksanakan Riset Pasar.....	119
C. Perumusan Persoalan.....	120
D. Lakukan Penelitian Pendahuluan.....	121
E. Rencana Riset.....	121
F. Gunakan Sumber Daya Kita Sendiri.....	121
G. Gunakan Sumber Daya dari Luar.....	122
H. Tafsirkanlah Datanya.....	123
I. Buatlah Keputusan.....	123
J. Terapkan dan Tinjaulah Kembali Keputusan Kita.....	123
K. Mengembangkan Usaha Baru.....	124
1. Memperkenalkan Produk-Produk Baru.....	124
2. Data Sensus.....	125
3. Menggunakan Data Sensus.....	127
<b>Bab 9 RENCANA PEMASARAN.....</b>	<b>129</b>
A. Ruang Lingkup Rencana.....	129
B. Memahami Konsep A I D A + S.....	131
C. Konsep Pemasaran bagi Wirausaha.....	133
1. Konsep Produk ( <i>Product Concept</i> ).....	133
c. Orientasi Pasar ( <i>Marketing Concept</i> ).....	135
d. Orientasi Pada <i>responsibility</i> atau Pemasaran Berwawasan Sosial.....	136
D. Arti Pentingnya Pelanggan.....	139

E. Tiga Kegiatan Dasar dalam Pemasaran.....	142
1. <i>Commodity Approach</i> .....	142
2. <i>Institutional Approach</i> .....	143
3. <i>Functional Approach</i> .....	143
F. Komoditi Apa Yang Akan Dipasarkan.....	143
1. Barang Konsumsi.....	144
2. Barang Hasil Bumi.....	146
3. Barang Industri.....	146
4. Jasa.....	147
Bab 10 STRATEGI PEMASARAN.....	151
A. Strategi Pemasaran.....	151
B. Pengembangan Produk.....	161
C. Siklus Kehidupan Produk.....	163
D. Market Inteligent, Turbo Marketing dan Mega Marketing	165
1. Market Inteligent.....	165
2. Turbo Marketing.....	167
Bab 11 PERENCANAAN USAHA.....	174
A. Arti Pentingnya Perencanaan Bisnis.....	174
B. Pentingnya Perencanaan.....	176
C. Mengapa Perlu Disusun Business Plan ?.....	177
D. Pengertian <i>Business Plan</i> .....	179
F. Usaha Perseorangan.....	189
G. Persekutuan.....	191
H. Koperasi.....	195
I. Korporasi.....	195
M. Mengatur Manajemen Keuangan Secara Baik.....	200
N. Peralatan Perusahaan yang Diperlukan.....	203
O. Penyebaran Promosi.....	204
P. Elemen-Elemen Promosi.....	204

DAFTAR ISTILAH (GLOSSARY).....	210
DAFTAR PUSTAKA.....	238

# BERANI memulai BERWIRAUSAHA



Dr. Haryati Madistriyatno, S.Hum., M.Si. Penulis lahir di Madiun, 21 Agustus 1958. Menyelesaikan pendidikan dasar hingga menengah di Jakarta. Melanjutkan pendidikan Sarjana (S-1) di Universitas Islam Indonesia (UI) Yogyakarta, selanjutnya pendidikan Magister (S-2) hingga Doktor (S-3) di Universitas Padjadjaran (UNPAD), Bandung. Awal karir menjadi akademisi dimulai sebagai dosen di Institut Ilmu Sosial dan Politik (IISIP) Lembang Agung Jakarta, FEB Universitas Islam Buana Bandung dan FEB Universitas Mercubuana (UMB) Jakarta serta FEB Universitas Persada Indonesia (Y.A.I) Jakarta dan sekarang di STIMA IMMI Jakarta aktif sebagai Ketua Program Studi S-2 Magister Manajemen. Selanjutnya penulis juga menjadi praktisi Bidang MSDM dan PEMASARAN, serta aktif menulis di jurnal nasional maupun internasional. Saat ini masih aktif sebagai instruktur bisnis di Lemdaaga PT. Kasangaenergi dan Lembaga Mitra Mandiri Sejahtera.



Ida Musdaffia Ibrahim, S.E., M.M. Penulis lahir di Magelang pada tanggal 23 Mei 1970. Menyelesaikan pendidikan dasar dan menengah di Jakarta, serta menepuh pendidikan sarjana dan pascasarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga, Surabaya. Mengawali karir sebagai karyawan bank pemerintah sebelum menjadi dosen pertama kali di STIE Trisakti Jakarta pada tahun 2003 hingga sekarang. Tahun 2006 menjadi dosen tetap pada Universitas Persada Indonesia (Y.A.I) dan saat ini menjadi dosen tetap dan Ketua Program Studi Sarjana Manajemen STIE Y.A.I Jakarta dan aktif menulis artikel pada jurnal nasional dan internasional.

## PANDANGAN NEGATIF TERHADAP PROFESI WIRAUSAHA MANFAAT DAN KELEMAHAN MENJADI WIRAUSAHA

## WIRAUSAHA DAN KEWIRAUSAHAAN PENGERTIAN KEWIRAUSAHAAN ATAU ENTREPRENEUR MODEL PROSES KEWIRAUSAHAAN ATAU ENTREPRENEURSHIP

## INTRAPRENEURSHIP, ULTRAPRENEURSHIP & ECOPRENEURING MEMAHAMI INTRAPRENEURSHIP MEMAHAMI ULTRAPRENEURSHIP MEMAHAMI ECOPRENEURING

## PROFIL WIRAUSAHAWAN PROFIL WIRAUSAHAWAN FALSAFAH WIRAUSAHAWAN KATAKATA KEWIRAUSAHAWAN BIFAT YANG MENGHANCURKAN WIRAUSAHAWAN

## KREATIVITAS DALAM KEWIRAUSAHAAN BERPIKIR KREATIF DALAM KEWIRAUSAHAAN INTUISI YANG BERPROSES

## ETOS KEWIRAUSAHAAN & KEPIMPINAN MEMBANGUN MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN MOTIVASI TEORI PROSES & IMPLEMENTASI KEPIMPINAN DALAM KEWIRAUSAHAAN

## KEBERANIAN MENGHADAPI RESIKO PENGERTIAN RESIKO KIAT MENGHADAPI RESIKO MENGELOLA RESIKO USAHA

## MEMPREDIKSI & MENILAI PELUANG PASAR INFORMASI UNTUK MENEMUKAN PASAR MELAKSANAKAN RISET PASAR MENGENGABNGKAN USAHA BARU

## RENCANA PEMASARAN RUANG LINGKUP BENCANA MEMAHAMI KONSEP AIDA+B KONSEP PEMASARAN BAGI WIRAUSAHA ARTI PENTINGNYA PELANGGAN TIGA KEGIATAN DASAR DALAM PEMASARAN

## STRATEGI PEMASARAN STRATEGI PEMASARAN PENGENBANGAN PRODUK SIKLUS KEHIDUPAN PRODUK MARKET INTELLIGENT, TURBO MARKETING & MEGA MARKETING • MENYUSUN MARKETING PLAN

## PERENCANAAN USAHA ARTI PENTINGNYA PERENCANAAN BISNIS PENGERTIAN BUSINESS PLAN KEGAGALAN BUSINESS PLAN

Diterbitkan oleh:

CV. Publisher Multimedia Indonesia

Email: publisher.multimedia@gmail.com

Website: www.publishermultimedialindonesia.com

Telp/Wa: +62 878-1405-9515

ISBN 978-623-94849-3-7

9 78623 9484937