



KATA PENGANTAR

“Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia” (Ar Ra’d ayat 11)

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah buku ini dapat dirampungkan disela-sela kesibukan menekuni pekerjaan dan studi. Karya ini diperuntukkan sebagai sumbangsih pemikiran bagaimana pengembangan jiwa kewirausahaan di Indonesia. Penanaman nilai-nilai dan jiwa kewirausahaan bagi masyarakat Indonesia khususnya adek-adek mahasiswa, diharapkan dapat menumbuhkan jiwa kreativitas dan berani untuk membuka usaha atau berwirausaha sendiri serta tidak tergantung pada pencarian kerja yang mana tingkat persaingannya semakin ketat.

Nilai-nilai dan pengetahuan tentang kewirausahaan ini bagi mahasiswa yang akan memulai usahanya atau pengusaha pemula khususnya pengusaha MIKRO. Mereka diharapkan dapat mempelajari dan memperbaiki kelemahan-kelemahan yang selama ini dihadapi. Dengan menerapkan konsep produk dan mengutamakan pelanggan diharapkan mereka dapat menemukan ide, kreativitas, dan inovasi untuk produk atau jasa yang mereka hasilkan. Karena di era globalisasi persaingan diantara sesama pengusaha sangat ketat, baik persaingan di skala lokal, regional, nasional maupun internasional. Perusahaan yang memenangi persaingan adalah yang dapat melakukan kreativitas dan inovasi dalam penciptaan produk atau jasa baru yang sesuai dengan keinginan pelanggan dan mempunyai performance lebih serta harga bersaing.

Bedasarkan hal-hal tersebut diatas, buku ini tidak hanya berisikan tentang konsep kewirausahaan tetapi juga memuat tentang konsep finansial (keuangan). Diharapkan buku ini bukan hanya menjadi pegangan dan dibaca oleh mahasiswa di berbagai jenjang pendidikan dan program studi, serta dibaca para pelaku bisnis yang berkeinginan lebih maju.

Salam hangat,

INDONESIA RAYA



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
BAB I KEWIRAUSAHAAN (ENTERPRENEURSHIP)	I-1
1. Pengertian wiraswasta/wirausaha/wiraswasta.....	I-1
2. Pengusaha (Wiraswastawan).....	I-3
3. Mengapa Menjadi Wiraswasta.....	I-5
4. Penggunaan Waktu	I-8
5. Metodologi mempelajari kewirausahaan	I-12
BAB II FINANSIAL	II-1
1. Nilai waktu dari uang	II-1
2. Kriteria Seleksi	II-6
BAB III Sikap dan Profil Wiraswasta	III-1
1. Sikap dan Profil Wiraswasta	III-1
2. Sifat-sifat Wirausaha	III-4
3. Beberapa Kelemahan Wirausaha Indonesia	III-7
BAB IV IDE, KREATIVITAS dan INOVASI	IV-1
1. Pengertian Ide	IV-1
2. Pengertian Kreativitas	IV-2
3. Mengelola kreativitas	IV-9
4. Pengembangan Kreativitas pada Saat ini	IV-12
BAB V PROFIL USAHA	V-1
1. Usaha Wirausaha Baru	V-2
2. Macam-Macam Perdagangan	V-4
3. Pedagang Kaki Lima	V-10
4. Franchising (Waralaba)	V-12
BAB VI RENCANA PEMASARAN (MARKETING PLAN)	VI-1
1. Konsep Pemasaran	VI-2
2. Mengutamakan Pelanggan	VI-4
3. Tiga Komponen Marketing Concept	VI-6
4. Tiga Pertanyaan Pokok Dalam Pemasaran	VI-7



5. Strategi Pemasaran	VI-8
6. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	VI-10
7. Menyusun Marketing Plan	VI-12
BAB VII UKM DAN PENGUSAHA PEMULA	VII-1
1. UKM dan Pengusaha Pemula (PP)	VII-3
2. Sistem Keuangan UKM	VII-6
3. Sumber Daya Manusia UKM	VII-7
4. Model Pengembangan UKM dan Pengusaha Pemula	VII-8
BAB VIII ETIKA WIRAUSAHA	VIII-1
1. Pengertian Etika	VIII-1
2. Budaya Perusahaan	VIII-4
DAFTAR PUSTAKA	