

Prof. Dr. Hj. Arna Suryani, S.E., M.Ak., Ak., CA.  
Dr. Ir. Fakhru Rozi Yamali, M.E.  
Prof. Dr. Nandan Limakrisna, M.M., CMA., CFRM.



# KEWIRAUSAHAAN DIGITAL

**FROM ZERO TO HERO**



# KEWIRAUSAHAAN - DIGITAL -

---

*From Zero to Hero*

---

## **Penulis**

Prof. Dr. Hj. Arna Suryani, S.E., M.Ak., Ak., CA.

Dr. Ir. Fakhrol Rozi Yamali, M.E.

Prof. Dr. Nandan Limakrisna, M.M., CMA., CFRM.



### **PENERBIT KBM INDONESIA**

Adalah penerbit dengan misi memudahkan proses penerbitan buku buku penulis di tanah air Indonesia. Serta menjadi media sharing proses penerbitan buku.

# **KEWIRAUSAHAAN DIGITAL**

## **From Zero to Hero**

*Copyright @2025 Prof. Dr. Hj. Arna Suryani, S.E., M.Ak., Ak., CA., dkk*  
*All right reserved*

### **Penulis**

Prof. Dr. Hj. Arna Suryani, S.E., M.Ak., Ak., CA.  
Dr. Ir. Fakhrol Rozi Yamali., M.E.  
Prof. Dr. Nandan Limakrisna., M.M., CMA., CFRM.

### **Desain Sampul**

Aswan Kreatif

### **Tata Letak**

Sofitahm

### **Editor**

Dr. Muhamad Husein Maruahey, Drs., M.Sc.  
Background isi buku di ambil dari <https://www.freepik.com/>

### **Official**

Depok, Sleman-Jogjakarta (Kantor)  
**Penerbit Karya Bakti Makmur (KBM) Indonesia**  
**Anggota IKAPI/No. IKAPI 279/JTI/2021**  
081357517526 (Tlpn/WA)

### **Website**

<https://penerbitkbm.com>  
[www.penerbitbukumurah.com](http://www.penerbitbukumurah.com)

### **Email**

[naskah@penerbitkbm.com](mailto:naskah@penerbitkbm.com)

### **Distributor**

<https://penerbitkbm.com/toko-buku/>

### **Youtube**

Penerbit KBM Sastrabook

### **Instagram**

@penerbit.kbmindonesia  
@penerbitbukujogja

**ISBN: 978-634-202-643-4**

Cetakan ke-1, Agustus 2025  
17,6 x 25 cm, iv + 167 halaman

Isi buku diluar tanggungjawab penerbit  
Hak cipta merek KBM Indonesia sudah terdaftar di DJKI-Kemenkumham  
dan isi buku dilindungi undang-undang.

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau  
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini  
tanpa seizin penerbit karena beresiko sengketa hukum

**Sanksi Pelanggaran Pasal 113**  
**Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta**

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).



## KATA PENGANTAR

**A**lhamdulillāhi Rabbil ‘Ālamīn, segala puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, sehingga buku referensi ini yang berjudul "**KEWIRAUSAHAAN DIGITAL**" dapat tersusun dengan baik. Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, suri teladan umat dalam akhlak, kepemimpinan, dan semangat berwirausaha. Semoga kita senantiasa berada dalam petunjuk beliau, dan mampu meneladani kegigihannya dalam membangun peradaban yang maju dan penuh keberkahan.

Buku ini lahir dari kegelisahan sekaligus semangat kami melihat perubahan zaman yang begitu cepat. Teknologi digital bukan hanya alat bantu—ia telah menjadi panggung utama dalam dunia usaha masa kini. Di tengah disrupsi yang tiada henti, **wirausahawan digital dituntut untuk tangguh, kreatif, dan cepat beradaptasi**, atau akan tertinggal dalam kompetisi global yang kian ketat. Melalui buku ini, kami mengajak para pembaca—mahasiswa, dosen, pelaku usaha, maupun masyarakat luas—untuk membuka cakrawala baru bahwa **kewirausahaan digital bukan sekadar tentang menjual produk di media sosial**, tetapi tentang bagaimana membangun nilai, membentuk ekosistem, dan menciptakan dampak.

Mengapa bisnis digital bisa dimulai hanya dengan ponsel pintar dan koneksi internet? Bagaimana para inovator muda mampu menembus pasar dunia tanpa harus memiliki toko fisik? Bagaimana kecerdasan buatan, big data, dan transformasi digital mengubah cara manusia membangun usaha? Jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tersebut akan Anda temukan dalam buku ini—dalam bahasa yang lugas, namun tetap akademis; dalam paparan yang terstruktur, namun tetap menginspirasi.

Kami berharap buku ini tidak hanya menjadi sumber pengetahuan, tetapi juga penyemangat bagi siapa saja yang ingin **memulai perjalanan kewirausahaan di era digital**. Karena sesungguhnya, masa depan bukanlah

milik mereka yang paling kuat atau paling kaya, melainkan milik mereka yang **siap belajar dan terus bertumbuh**.

Akhir kata, kami ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung terbitnya buku ini. Semoga Allah SWT meridhai setiap langkah kita dalam menebar ilmu dan manfaat bagi sesama.

*Wassalāmu‘alaikum warahmatullāhi wabarakātuh.*

Jambi, Juli 2025

**Penulis**

**Prof. Dr. Hj. Arna Suryani, SE, M.AK, Ak, CA**

**Dr. Ir. Fakhrol Rozi Yamali.,ME**

**Prof. Dr. Nandan Limakrisna., MM., CMA., CFRM**

# DAFTAR ISI

|                                                                     |            |
|---------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>KATA PENGANTAR</b>                                               | <b>i</b>   |
| <b>DAFTAR ISI</b>                                                   | <b>iii</b> |
| <b>PENDAHULUAN</b>                                                  | <b>1</b>   |
| <b>BAB 1 MEMAHAMI JIWA WIRAUSAHA</b>                                | <b>3</b>   |
| A. Definisi dan Konsep Kewirausahaan                                | 3          |
| B. Mentalitas Entrepreneur: Antara Risiko dan Peluang               | 8          |
| C. Studi Kasus: Kisah Wirausahawan Muda Indonesia                   | 14         |
| <b>BAB 2 MENCIPTAKAN IDE BISNIS INOVATIF</b>                        | <b>19</b>  |
| A. Teknik Menggali Ide Bisnis                                       | 19         |
| B. Trend Spotting dan Analisis Kebutuhan Pasar                      | 25         |
| C. Studi Kasus: Bisnis Kecil yang Menjadi Fenomena                  | 30         |
| <b>BAB 3 MENYUSUN MODEL BISNIS YANG KUAT</b>                        | <b>35</b>  |
| A. Business Model Canvas: Peta Awal Bisnis                          | 35         |
| B. Strategi Value Proposition dan Diferensiasi                      | 39         |
| C. Contoh Aplikasi BMC untuk Bisnis Pemula                          | 43         |
| <b>BAB 4 PERENCANAAN BISNIS - DARI MIMPI MENJADI STRATEGI</b>       | <b>49</b>  |
| A. Menyusun Business Plan yang Realistis                            | 49         |
| B. Aspek Legalitas, Perpajakan, dan Perizinan                       | 54         |
| C. Sumber Pembiayaan Usaha: Modal Sendiri, Pinjaman, atau Investor? | 59         |
| <b>BAB 5 PEMASARAN DAN BRANDING DI ERA DIGITAL</b>                  | <b>67</b>  |
| A. Dasar-dasar Marketing untuk Usaha Kecil                          | 67         |
| B. Strategi Digital Marketing: Media Sosial, SEO, dan Marketplace   | 74         |
| C. Membangun Personal Branding sebagai Wirausahawan                 | 79         |
| <b>BAB 6 MANAJEMEN OPERASI DAN KEUANGAN UMKM</b>                    | <b>87</b>  |
| A. Mengelola Produksi, Distribusi, dan Stok                         | 87         |
| B. Dasar-dasar Pengelolaan Keuangan Usaha                           | 94         |

|                                                           |            |
|-----------------------------------------------------------|------------|
| C. Studi Kasus: Kesalahan Keuangan Fatal di UMKM-----     | 98         |
| <b>BAB 7 INOVASI DAN SKALABILITAS BISNIS -----</b>        | <b>105</b> |
| A. Inovasi Produk dan Layanan: Kapan dan Bagaimana? ----- | 105        |
| B. Menentukan Waktu Ekspansi Bisnis-----                  | 110        |
| <b>BAB 8 KEGAGALAN SEBAGAI GURU BISNIS -----</b>          | <b>121</b> |
| A. Analisis Kegagalan Usaha-----                          | 121        |
| B. Bangkit dari Kebangkrutan: Kisah Inspiratif -----      | 125        |
| C. Mental Tangguh Wirausahawan -----                      | 128        |
| <b>BAB 9 ETIKA BISNIS DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL -----</b> | <b>133</b> |
| A. Bisnis Beretika di Tengah Persaingan -----             | 133        |
| B. Menumbuhkan Bisnis Berkelanjutan -----                 | 137        |
| C. Kewirausahaan Sosial: Usaha yang Berdampak -----       | 142        |
| <b>BAB 10 MASA DEPAN KEWIRAUSAHAAN DI INDONESIA -----</b> | <b>147</b> |
| A. Tren Kewirausahaan Global dan Lokal -----              | 147        |
| B. Teknologi dan Bisnis Masa Depan -----                  | 152        |
| C. Menginspirasi Generasi Wirausaha Berikutnya -----      | 156        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA -----</b>                               | <b>161</b> |
| <b>PROFIL PENULIS -----</b>                               | <b>165</b> |

## DAFTAR PUSTAKA

- Acs, Z. J., & Audretsch, D. B. (2003). Innovation and technological change. In *Handbook of entrepreneurship research* (pp. 55–79). Springer.
- Anderson, A. R., & Starnawska, M. (2008). Research practices in entrepreneurship: Problems of definition, description and meaning. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 9(4), 221–230.
- Baker, T., & Nelson, R. E. (2005). Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage. *Administrative Science Quarterly*, 50(3), 329–366.
- Bosma, N., Hill, S., Ionescu-Somers, A., Kelley, D., Levie, J., & Tarnawa, A. (2022). *Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Global Report*. London: GEM Consortium.
- Bruton, G. D., Ketchen, D. J., & Ireland, R. D. (2013). Entrepreneurship as a solution to poverty. *Journal of Business Venturing*, 28(6), 683–689.
- Bygrave, W. D., & Zacharakis, A. (2010). *The portable MBA in entrepreneurship* (4th ed.). John Wiley & Sons.
- Chell, E. (2007). Social enterprise and entrepreneurship: Towards a convergent theory of the entrepreneurial process. *International Small Business Journal*, 25(1), 5–26.
- Christopher, M. (2016). *Logistics & supply chain management* (5th ed.). Pearson UK.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Oxford: Capstone.
- European Commission. (2020). *Annual report on European SMEs 2019/2020: SMEs sustaining Europe*. Brussels: European Union.
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & de Colle, S. (2010). *Stakeholder theory: The state of the art*. Cambridge University Press.

- Gartner, W. B. (1989). "Who is an entrepreneur?" is the wrong question. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(4), 47–68.
- Giones, F., & Brem, A. (2017). Digital technology entrepreneurship: A definition and research agenda. *Technology Innovation Management Review*, 7(5), 44–51.
- Global Reporting Initiative (GRI). (2021). *Sustainability reporting standards 2021*. Amsterdam: GRI Foundation.
- Google, Temasek, & Bain & Company. (2022). *e-Conomy SEA 2022: Through the waves, towards a sea of opportunity*. Retrieved from <https://economysea.withgoogle.com>
- Hayward, M. L. A., Forster, W. R., Sarasvathy, S. D., & Fredrickson, B. L. (2010). Beyond hubris: How highly confident entrepreneurs rebound to venture again. *Journal of Business Venturing*, 25(6), 569–578. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.03.002>
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations management: Sustainability and supply chain management* (13th ed.). Pearson Education.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Imai, M. (1986). *Kaizen: The key to Japan's competitive success*. New York: Random House.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2022). *Laporan perkembangan ekonomi digital di Indonesia*. Jakarta: Kominfo.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Laporan Perkembangan UMKM Tahun 2022–2023*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). *Statistik Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2022*. Jakarta: Baparekraf.
- Kickul, J., & Lyons, T. S. (2020). *Understanding social entrepreneurship: The relentless pursuit of mission in an ever changing world* (3rd ed.). Routledge.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ancarani, F., & Costabile, M. (2017). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Kuratko, D. F. (2016). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice* (10th ed.). Cengage Learning.

- McKinsey & Company. (2021). *How COVID-19 has pushed companies over the technology tipping point—and transformed business forever*. Retrieved from <https://www.mckinsey.com>
- Morris, M. H., Kuratko, D. F., & Covin, J. G. (2011). *Corporate entrepreneurship & innovation* (3rd ed.). Cengage Learning.
- Naudé, W. (2010). Entrepreneurship and economic development: Theory, evidence and policy. *IZA Discussion Paper No. 7507*. Bonn: Institute of Labor Economics.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford University Press.
- OECD. (2020). *Financing SMEs and Entrepreneurs 2020: An OECD Scoreboard*. Paris: OECD Publishing.
- OECD. (2021). *The Missing Entrepreneurs 2021: Policies for Inclusive Entrepreneurship and Self-Employment*. Paris: OECD Publishing.
- Ohno, T. (1988). *Toyota production system: Beyond large-scale production*. Portland, OR: Productivity Press.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62–77.
- Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Crown Business.
- Rizki, M., & Nisa, R. (2020). Analisis Permasalahan Keuangan pada UMKM Kuliner di Kota Bandung. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis UMKM*, 4(2), 98–112.
- Schaltegger, S., & Wagner, M. (2011). Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: Categories and interactions. *Business Strategy and the Environment*, 20(4), 222–237.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Press.
- Shane, S. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. Edward Elgar Publishing.
- Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2011). The new field of sustainable entrepreneurship: Studying entrepreneurial action linking “what is to be sustained” with “what is to be developed”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 137–163.
- Slack, N., & Lewis, M. (2011). *Operations strategy* (3rd ed.). Pearson Education.

- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199708\)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z)
- United Nations Development Programme (UNDP). (2021). *Human development report 2021/2022*. New York: UNDP.
- Wibowo, A. (2021). Evaluasi Faktor Penyebab Kebangkrutan UMKM: Studi Kasus UMKM Kuliner di Indonesia. *Jurnal Pengembangan Bisnis Berkelanjutan*, 5(1), 67–84.
- Womack, J. P., & Jones, D. T. (2003). *Lean thinking: Banish waste and create wealth in your corporation* (2nd ed.). New York: Free Press.
- World Bank. (2022). *Doing Business 2022: Measuring business regulations*. Washington DC: World Bank Publications.
- Yunus, M. (2010). *Building social business: The new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs*. PublicAffairs.
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519–532.

## PROFIL PENULIS



**Prof. Dr. Hj. Arna Suryani, MAk, Ak, CA**, merupakan staf pengajar dan sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi. Lahir di Pangkalpinang dan menyelesaikan pendidikan SD, SMP dan SMA di Kota Sungailiat Bangka. Melanjutkan Studi S1 Akuntansi pada Universitas Sriwijaya tahun 1993, dan menyelesaikan program Magister Akuntansi pada Universitas Padjajaran tahun 2005, menyelesaikan program Doktor Ilmu Manajemen pada Universitas Persada Indonesia tahun 2014, dan mendapat gelar Guru Besar dengan program studi Manajemen Keuangan tahun 2023. Aktif melakukan penelitian dengan menghasilkan berbagai karya ilmiah yang terpublikasi pada jurnal internasional bereputasi dan jurnal nasional terakreditasi, dan sering meraih Best Paper pada artikelnya yang diseminarkan baik baik nasional maupun internasional. Aktif sebagai narasumber diberbagai seminar di bidang ekonomi dan keuangan. Aktif sebagai pelaku usaha dan pendamping UMKM. Aktivitas lain adalah sebagai ketua tim penasehat investasi Provinsi Jambi, sebagai wakil ketua Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) wilayah Jambi, sebagai wakil ketua di Asosiasi Perguruan Tinggi Swasta (APTISI) wilayah XC dan juga aktif sebagai pengurus berbagai organisasi.



**Dr. Ir. H. FAKHRUL ROZI YAMALI, M.E**

Dosen Program Studi S-2 Magister Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari

Penulis lahir di Pampangan, 15 Desember 1965. Sekolah Dasar (SD) di Desa Pampangan lulus Tahun 1980, Sekolah Menengah Pertama (SMP) di Palembang lulus Tahun 1983, Sekolah Menengah Tingkat Atas (SMA) Jurusan IPA di Palembang lulus Tahun 1986, Studi S1 Jurusan Teknik Sipil Universitas Muhammadiyah Palembang lulus Tahun 1991, Studi S2 Magister Ekonomi Pembangunan Universitas Jambi lulus Tahun 2005 dan Studi S3 Ilmu Manajemen Universitas Persada Indonesia Y.A.I Jakarta lulus Tahun 2015. Mulai meniti karir sebagai Konsultan Konstruksi di Bidang Perencanaan dan Supervisi dari Tahun 1990 - Sekarang. Tahun 1996 Dosen Tetap S1 Jurusan Teknik Sipil, dan mulai Tahun 2016 Dosen Tetap S2 Magister Manajemen Universitas Batanghari Jambi. Tahun 1998 sampai sekarang sebagai Direktur dan Komisaris di Perusahaan Bidang Jasa Konsultan Konstruksi, Tahun 2006 sampai 2010 menjabat sebagai Kepala Laboratorium Teknik Universitas Batanghari, Tahun 2010 sampai sekarang Menjabat sebagai Dekan Fakultas Teknik Universitas Batanghari. Berperan Serta dalam berbagai Organisasi Perusahaan Konstruksi, Organisasi Profesi, Organisasi Masyarakat, dan Partai Politik sampai Sekarang.



**Prof Dr Nandan Lima Krisna, ST, M.M., CMA., CFRM** merupakan Guru Besar Tetap/Guru Besar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Persada Indonesia Y.A.I menyandang gelar Guru Besar/Guru Besar dalam bidang Manajemen berdasarkan SK Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia No.58709/A2.3/KP/2018 tanggal 1 Januari 2019. Beliau menempuh pendidikan S1 Teknik Industri di Institut Teknologi Nasional pada tahun 1993, Pendidikan pascasarjana Magister Manajemen

diperoleh di STIE "Indonesia Emas" pada tahun 1998 dan meraih gelar Doktor Ilmu Ekonomi di Universitas Padjadjaran pada tahun 2004. Sejak bergabung di Universitas Persada Indonesia Y.A.I pada tahun 2004 sebagai dosen tetap, beliau aktif dalam bidang akademik dengan melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi meliputi pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, selain menjadi guru beliau juga aktif sebagai Struktural di Perguruan Tinggi Y.A.I adapun beberapa jabatan yang pernah disandangnya antara lain sebagai Asisten Ketua Program Studi Magister Manajemen, Asisten Ketua Program Studi Doktor Ilmu Manajemen, Wakil Direktur Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat dan jabatan lainnya, saat ini beliau adalah Direktur Lembaga Perencanaan dan Pengembangan Tri Dharma Universitas Persada Indonesia Y.A.I. Penulis juga telah menerbitkan beberapa karya ilmiah berstandar Nasional dan Internasional dengan reputasi terindeks Scopus. Penulis juga telah lulus sertifikasi International Certified Marketing Analyst (CMA) dari American Academy of Project Management (AAPM) dan Certified Financial Risk Managemeng (CFRM) dari American Academy of Financial Management (AAFm) USA.