

Juendiny C. E. Tualaka, S.E., M.Ak.  
Aditya Ly, S.Pd., M.T.

# Kewirausahaan Terapan

Konsep, Manajemen, dan Praktik  
Usaha Berbasis Pendidikan Teknik



# Kewirausahaan Terapan

Konsep, Manajemen, dan Praktik  
Usaha Berbasis Pendidikan Teknik

Juendiny C. E. Tualaka, S.E., M.Ak.  
Aditya Ly, S.Pd., M.T.

 Penerbit  
litrus.

**KEWIRAUSAHAAN TERAPAN:  
Konsep, Manajemen, dan Praktik Usaha Berbasis Pendidikan Teknik**

Penulis : Juendiny C. E. Tualaka, S.E., M.Ak.  
Aditya Ly, S.Pd., M.T.

Editor : Dr. I Komang Arthana, S.E., M.Si.

**ISBN : 978-623-127-638-4**

*Copyright* © Februari 2026

Ukuran: 15.5 cm x 23 cm; Hal: viii + 156

Isi merupakan tanggung jawab penulis.

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.

Desainer sampul : D. Gea Nuansa

Penata isi : Noufal Fahriza

Cetakan I, Februari 2026

Diterbitkan, dicetak, dan didistribusikan oleh

**CV. Literasi Nusantara Abadi**

Perumahan Puncak Joyo Agung Residence Kav. B11 Merjosari

Kecamatan Lowokwaru Kota Malang

Telp : +6285887254603, +6285841411519

Email: [penerbitlitnus@gmail.com](mailto:penerbitlitnus@gmail.com)

Web: [www.penerbitlitnus.co.id](http://www.penerbitlitnus.co.id)

Anggota IKAPI No. 209/JTI/2018



# KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan penyertaan-Nya sehingga buku ini dapat disusun dan diselesaikan dengan baik. Buku ini disusun sebagai bentuk kontribusi akademik dalam pengembangan literatur kewirausahaan terapan yang relevan dengan kebutuhan pendidikan tinggi, khususnya pada bidang teknik.

Kewirausahaan pada era dinamika ekonomi global, perkembangan teknologi, dan transformasi dunia kerja tidak lagi dipahami semata-mata sebagai aktivitas bisnis, tetapi sebagai kompetensi strategis yang mencakup pola pikir, karakter, serta kemampuan manajerial dan teknis dalam menciptakan nilai. Oleh karena itu, pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi dituntut untuk bersifat kontekstual, aplikatif, dan lintas disiplin, agar mampu membekali mahasiswa dengan kesiapan menghadapi tantangan dunia usaha dan dunia industri.

Buku ini dirancang dengan pendekatan kewirausahaan terapan yang mengintegrasikan konsep manajemen, keuangan, dan praktik usaha berbasis kompetensi teknik. Materi dalam buku ini disusun secara sistematis, meliputi konsep dasar kewirausahaan, pengembangan karakter dan mindset wirausaha, analisis peluang usaha di bidang teknik, perencanaan dan pengelolaan usaha, manajemen operasional, keuangan, pemasaran, aspek hukum dan perizinan, hingga implementasi kewirausahaan dalam pendidikan tinggi melalui kebijakan Merdeka Belajar–Kampus Merdeka (MBKM). Selain itu, buku ini dilengkapi dengan studi kasus dan proyek kewirausahaan yang diharapkan dapat memberikan gambaran nyata mengenai penerapan kewirausahaan pada berbagai bidang teknik.

Sebagai buku ber-ISBN, karya ini ditujukan untuk digunakan secara luas oleh mahasiswa, dosen, dan praktisi, khususnya pada program studi di lingkungan fakultas ekonomi dan bisnis, fakultas keguruan dan ilmu pendidikan, serta program studi teknik dan vokasional lainnya. Pendekatan lintas keilmuan yang diusung dalam buku ini diharapkan mampu menjembatani penguasaan kompetensi teknis dengan kemampuan manajerial dan kewirausahaan, sehingga lulusan perguruan tinggi tidak hanya berorientasi sebagai pencari kerja, tetapi juga sebagai pencipta lapangan kerja yang adaptif, inovatif, dan beretika.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih memiliki keterbatasan, baik dari segi kedalaman pembahasan maupun cakupan contoh praktik di lapangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif sangat diharapkan sebagai bahan penyempurnaan pada edisi selanjutnya. Akhir kata, penulis berharap buku ini dapat memberikan manfaat nyata dalam pengembangan pembelajaran kewirausahaan, mendorong tumbuhnya jiwa wirausaha di bidang teknik, serta berkontribusi positif bagi pembangunan ekonomi dan penguatan sumber daya manusia Indonesia.

Kupang, 15 Januari 2026

**Penulis**



# DAFTAR ISI

Kata Pengantar .....	iii
Daftar Isi.....	v

## **BAB I**

<b>KONSEP DASAR KEWIRAUSAHAAN .....</b>	<b>1</b>
A. Pengertian dan Hakekat Kewirausahaan .....	1
B. Karakteristik dan Kompetensi Wirausaha.....	5
C. Peran Kewirausahaan dalam Pembangunan Daerah.....	8
D. Kewirausahaan dalam Dunia Pendidikan Teknik.....	11
E. Studi Kasus Kewirausahaan Lokal di NTT.....	14

## **BAB II**

<b>KARAKTER DAN MINDSET WIRAUSAHA BIDANG TEKNIK .....</b>	<b>19</b>
A. Mindset Entrepreneurial .....	19
B. Etika dan Nilai Kewirausahaan.....	21
C. Kepemimpinan dalam Usaha Bidang Teknik .....	23
D. Manajemen Risiko Usaha .....	26
E. Pengembangan Karakter Mahasiswa.....	28

## **BAB III**

<b>PELUANG USAHA DI BIDANG TEKNIK.....</b>	<b>31</b>
A. Analisis Peluang Usaha .....	31
B. Potensi Usaha Bidang Teknik di NTT.....	36
C. Pemanfaatan material lokal.....	39

D. Inovasi Produk dan Jasa Konstruksi .....	42
E. Analisis Kelayakan Peluang Usaha.....	43

## **BAB IV**

### **PERENCANAAN USAHA (BUSINESS PLAN) .... 47**

A. Konsep dan Fungsi Business Plan .....	47
B. Penyusunan Model Bisnis (Business Model Canvas) .....	48
C. Analisis Pasar dan Pemasaran .....	50
D. Analisis Teknis dan Operasional.....	51
E. Analisis Keuangan Usaha .....	52
F. Studi Kasus Business Plan Usaha Konstruksi Lokal .....	53

## **BAB V**

### **MANAJEMEN PRODUKSI DAN OPERASIONAL USAHA ..... 57**

A. Manajemen Produksi Jasa Konstruksi.....	57
B. Pengelolaan Sumber Daya.....	60
C. Manajemen Mutu dan Keselamatan Kerja .....	63
D. Pengendalian Waktu dan Biaya .....	66
E. Teknologi dalam Operasional Usaha.....	69

## **BAB VI**

### **MANAJEMEN KEUANGAN USAHA..... 73**

A. Konsep Dasar Keuangan Usaha .....	73
B. Pencatatan Keuangan UMKM.....	76
C. Analisis Biaya dan Harga .....	78
D. Sumber Permodalan Usaha.....	81
E. Pengelolaan Laba dan Arus Kas .....	81

## **BAB VII**

<b>MANAJEMEN PEMASARAN USAHA BIDANG TEKNIK .....</b>	<b>87</b>
A. Konsep Dasar Pemasaran .....	87
B. Strategi Pemasaran Jasa Konstruksi .....	90
C. Pemasaran Digital untuk UMKM Konstruksi .....	92
D. Branding dan Kepercayaan Pelanggan .....	95
E. Studi Kasus Pemasaran Usaha Lokal .....	97

## **BAB VIII**

<b>ASPEK HUKUM DAN PERIZINAN USAHA.....</b>	<b>99</b>
A. Bentuk Badan Usaha .....	99
B. Perizinan Usaha Jasa Konstruksi .....	103
C. Kontrak dan Dokumen Proyek .....	104
D. Perlindungan Hukum Usaha .....	105
E. Etika dan Tanggung Jawab Sosial .....	106

## **BAB IX**

<b>KEWIRAUSAHAAN BERBASIS PENDIDIKAN DAN MBKM .....</b>	<b>109</b>
A. Kewirausahaan dalam Kurikulum Perguruan Tinggi.....	109
B. Implementasi MBKM Kewirausahaan .....	114
C. Teaching Factory dan Proyek Nyata .....	118
D. Penilaian dan Evaluasi Pembelajaran .....	123
E. Best Practice di Perguruan Tinggi .....	128

# **BAB X**

## **STUDI KASUS DAN PROYEK**

### **KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA..... 129**

- A. Desain Proyek Usaha Mahasiswa ..... 129
- B. Studi Kasus Usaha Rintisan Mahasiswa ..... 132
- C. Analisis Keberlanjutan Usaha ..... 140
- D. Refleksi Pembelajaran Kewirausahaan ..... 141
- E. Rekomendasi Pengembangan Usaha ..... 142
- F. Analisi Faktor Keberhasilan ..... 151

### Daftar Pustaka ..... 153



# KONSEP DASAR KEWIRAUSAHAAN

## A. Pengertian dan Hakekat Kewirausahaan

### **Definisi Kewirausahaan menurut para ahli**

Kewirausahaan merupakan konsep yang telah berkembang dan didefinisikan oleh berbagai ahli dengan perspektif yang beragam. Pemahaman mengenai definisi kewirausahaan menjadi landasan penting dalam mengembangkan mindset dan kompetensi wirausaha, khususnya bagi mahasiswa pendidikan teknik.

- Joseph Schumpeter, ekonom terkemuka asal Austria, mendefinisikan kewirausahaan sebagai proses kreativitas dan inovasi yang memiliki kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Schumpeter menekankan bahwa wirausaha adalah individu yang melakukan inovasi dalam bentuk produk baru, metode produksi baru, pasar baru, sumber pasokan baru, atau organisasi industri baru. Konsep ini kemudian dikenal dengan istilah “creative destruction” di mana wirausaha

menciptakan nilai baru dengan menggantikan cara-cara lama yang kurang efisien.

- Peter F. Drucker, pakar manajemen modern, memandang kewirausahaan sebagai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui pemikiran kreatif dan bertindak inovatif guna menciptakan peluang. Drucker menegaskan bahwa kewirausahaan bukan hanya tentang memulai bisnis baru, tetapi juga tentang mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang yang ada di lingkungan sekitar. Menurutnya, wirausaha adalah mereka yang selalu mencari perubahan, merespons perubahan tersebut, dan memanfaatkannya sebagai peluang.
- Thomas W. Zimmerer mendefinisikan kewirausahaan sebagai penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan permasalahan dan upaya untuk memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari. Zimmerer menekankan aspek praktis kewirausahaan dalam kehidupan sehari-hari, di mana setiap masalah dapat menjadi peluang bisnis bagi mereka yang memiliki kepekaan dan kemampuan untuk mengidentifikasinya.
- Norman M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer dalam pendekatan yang lebih komprehensif menjelaskan bahwa kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang berbeda nilainya dengan menggunakan usaha dan waktu yang diperlukan, memikul risiko finansial, psikologi dan sosial yang menyertainya, serta menerima balas jasa moneter dan kepuasan pribadi. Definisi ini mencakup berbagai dimensi kewirausahaan mulai dari aspek kreativitas, pengorbanan, risiko, hingga reward yang diperoleh.
- David McClelland, psikolog yang terkenal dengan teori motivasi berprestasi, menekankan bahwa wirausaha adalah seseorang yang memiliki need for achievement (kebutuhan untuk berprestasi) yang tinggi, berani mengambil risiko yang terukur, dan memiliki tanggung jawab pribadi atas keberhasilan dan kegagalan usahanya. McClelland juga mengidentifikasi bahwa wirausaha



## BAB II

# KARAKTER DAN MINDSET WIRAUSAHA BIDANG TEKNIK

## A. Mindset Entrepreneurial

Mindset atau pola pikir merupakan fondasi utama dalam membangun karakter wirausaha yang tangguh. Dalam konteks kewirausahaan bidang teknik, mindset yang tepat akan menentukan bagaimana seorang wirausaha menghadapi tantangan, memanfaatkan peluang, dan mengembangkan bisnisnya di industri konstruksi yang dinamis.

### **Growt mindset vs fixed mindset**

Carol Dweck mengemukakan konsep growth mindset dan fixed mindset yang relevan dalam konteks kewirausahaan. Fixed mindset merujuk pada keyakinan bahwa kemampuan dan talenta bersifat statis, sehingga individu cenderung menghindari tantangan, mudah menyerah, dan memandang usaha sebagai sesuatu yang tidak bermakna tanpa bakat bawaan. Sebaliknya, growth mindset menekankan bahwa kemampuan dapat dikembangkan melalui proses belajar, ketekunan, dan pengalaman.

Dalam kewirausahaan konstruksi yang ditandai oleh kompleksitas teknis dan dinamika regulasi, growth mindset menjadi faktor penting bagi keberlanjutan usaha. Perbedaan kedua pola pikir tersebut terlihat dalam cara menghadapi tantangan dan kegagalan. Wirausaha dengan fixed mindset cenderung menghindari proyek kompleks dan memandang kegagalan sebagai keterbatasan diri, sedangkan wirausaha dengan growth mindset menjadikan tantangan dan kegagalan sebagai sarana evaluasi dan peningkatan kompetensi. Selain itu, fixed mindset memandang kerja keras sebagai indikasi kurangnya kemampuan, sementara growth mindset menganggap usaha sebagai prasyarat penguasaan keahlian. Pengembangan growth mindset pada mahasiswa dan calon wirausaha bidang teknik dapat dilakukan melalui pembelajaran dari setiap proyek, keterbukaan terhadap umpan balik, pembelajaran dari praktik terbaik pesaing, serta keberanian mengambil tantangan teknis yang mendorong peningkatan kapasitas profesional.

### **Pola Pikir Inovatif dan Kreatif**

Industri konstruksi kerap dipersepsikan sebagai sektor yang lambat beradaptasi, namun perkembangan teknologi, tuntutan keberlanjutan, dan meningkatnya ekspektasi klien menuntut wirausaha bidang teknik untuk mengembangkan pola pikir inovatif dan kreatif. Inovasi dalam konstruksi tidak terbatas pada aspek desain, tetapi mencakup peningkatan efisiensi, pengendalian biaya, percepatan waktu pelaksanaan, serta pemecahan masalah teknis secara efektif. Inovasi dapat diterapkan pada metode konstruksi, pemilihan material, sistem manajemen proyek, model bisnis, maupun peningkatan pengalaman klien.

Pola pikir inovatif ditandai oleh rasa ingin tahu, orientasi pemecahan masalah, kemampuan kolaborasi lintas disiplin, serta toleransi terhadap ketidakpastian. Sementara itu, kreativitas berperan dalam menghasilkan gagasan orisinal dan aplikatif, seperti optimalisasi desain dengan keterbatasan anggaran, strategi



## BAB IV

# PERENCANAAN USAHA (BUSINESS PLAN)

## A. Konsep dan Fungsi Business Plan

### **Konsep Business Plan**

Business plan atau rencana usaha merupakan dokumen perencanaan tertulis yang menjelaskan secara rinci mengenai arah, tujuan, strategi, serta mekanisme operasional suatu usaha yang akan dijalankan. Dalam konteks usaha konstruksi lokal, business plan menjadi alat penting untuk merencanakan kegiatan usaha secara sistematis, mengingat bidang konstruksi memiliki karakteristik risiko tinggi, kebutuhan modal besar, serta keterkaitan erat dengan faktor teknis dan regulasi. Business plan membantu pelaku usaha dalam memetakan peluang, tantangan, serta sumber daya yang dimiliki agar usaha dapat berjalan secara efektif dan efisien.

### **Fungsi Business Plan**

Fungsi utama business plan bagi pelaku usaha konstruksi adalah sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan manajerial. Dengan adanya perencanaan yang jelas, pemilik usaha dapat menentukan

jenis proyek yang akan dikerjakan, skala usaha, serta strategi pelaksanaan proyek konstruksi. Business plan juga berfungsi sebagai alat pengendalian, karena dapat digunakan untuk membandingkan antara rencana dan realisasi di lapangan, baik dari segi biaya, waktu, maupun kualitas pekerjaan. Selain fungsi internal, business plan juga memiliki fungsi eksternal sebagai dokumen pendukung untuk memperoleh pendanaan dari pihak ketiga, seperti bank, investor, maupun mitra kerja. Dalam usaha konstruksi lokal, business plan yang baik dapat meningkatkan kredibilitas perusahaan di mata klien dan instansi terkait. Hal ini penting karena kepercayaan merupakan faktor utama dalam memenangkan proyek konstruksi. Dengan demikian, business plan tidak hanya berperan sebagai rencana awal usaha, tetapi juga sebagai alat strategis dalam pengembangan

## B. Penyusunan Model Bisnis (Business Model Canvas)

### **Pengertian dan Komponen Business Model Canvas**

Business Model Canvas (BMC) merupakan kerangka kerja yang digunakan untuk menggambarkan model bisnis secara ringkas namun komprehensif. BMC terdiri dari sembilan elemen utama yang saling berhubungan dan menggambarkan bagaimana suatu usaha menciptakan nilai, menyampaikan nilai tersebut kepada pelanggan, serta memperoleh keuntungan. Dalam usaha konstruksi lokal, penggunaan BMC sangat membantu pelaku usaha dalam memahami struktur bisnis dan hubungan antar elemen usaha. Customer segments dalam usaha konstruksi lokal umumnya mencakup pemilik rumah tinggal, pengembang perumahan skala kecil, pelaku usaha, serta instansi pemerintah daerah. Value propositions yang ditawarkan meliputi kualitas hasil konstruksi yang sesuai standar, penggunaan material yang aman dan berkualitas, ketepatan waktu penyelesaian proyek, serta harga yang kompetitif. Selain itu, keunggulan lain



# MANAJEMEN PRODUKSI DAN OPERASIONAL USAHA

## A. Manajemen Produksi Jasa Konstruksi

### **Pengertian dan Karakteristik Produksi Jasa Konstruksi (Pendalaman)**

Produksi jasa konstruksi merupakan proses transformasi bahan, tenaga kerja, dan teknologi menjadi bangunan fisik yang bernilai tambah, dengan karakteristik khas berupa keterikatan erat antara perencanaan dan pelaksanaan. Tahap perencanaan, seperti desain dan spesifikasi teknis, harus bersifat adaptif terhadap dinamika lapangan yang sering berubah akibat faktor cuaca, kondisi geografis, maupun perubahan kebutuhan klien. Ketidaksesuaian antara perencanaan dan pelaksanaan dapat berdampak pada keterlambatan, peningkatan biaya, serta risiko terhadap mutu dan keselamatan kerja, sehingga manajemen produksi konstruksi dituntut responsif dan berbasis manajemen risiko.

Pada usaha konstruksi lokal, keterbatasan sumber daya seperti alat berat, tenaga kerja ahli, dan modal kerja menjadi tantangan utama.

Kondisi ini menuntut penerapan strategi efisiensi melalui optimalisasi tenaga kerja lokal, pemanfaatan teknologi manajemen proyek yang sederhana dan terjangkau, serta koordinasi yang efektif dengan pemasok dan subkontraktor. Selain itu, produksi jasa konstruksi bersifat tidak dapat disimpan (*non-storability*), sehingga kesalahan dalam proses pelaksanaan sulit diperbaiki tanpa menambah biaya dan waktu. Oleh karena itu, ketepatan waktu, pengendalian mutu, serta inspeksi berkala sesuai standar teknis menjadi aspek krusial dalam manajemen produksi.

Keberhasilan produksi jasa konstruksi juga sangat dipengaruhi oleh kualitas hubungan kerja dan komunikasi antara manajemen, tenaga kerja, dan klien. Komunikasi yang efektif mampu meminimalkan kesalahpahaman terkait spesifikasi, jadwal, dan kualitas pekerjaan. Selain aspek teknis dan manajerial, produksi konstruksi dihadapkan pada tantangan regulasi, keberlanjutan lingkungan, dan persaingan industri, sehingga diperlukan strategi adaptif melalui penerapan teknologi digital, penguatan sistem manajemen keselamatan kerja, serta adopsi prinsip konstruksi berkelanjutan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

### **Perencanaan dan Pelaksanaan Produksi Konstruksi (Pendalaman)**

Perencanaan produksi yang rinci meliputi penyusunan rencana kerja dan syarat-syarat (RKS), jadwal pelaksanaan, serta rencana pengadaan material. Perencanaan ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap tahapan pekerjaan memiliki acuan yang jelas. Dalam usaha konstruksi lokal, perencanaan produksi yang baik akan membantu mengurangi risiko pemborosan material dan waktu.

Pelaksanaan produksi harus dilakukan sesuai dengan rencana yang telah disusun. Namun, dalam praktiknya sering terjadi perubahan kondisi di lapangan yang memerlukan penyesuaian. Oleh karena itu, pengawasan produksi harus dilakukan secara kontinu agar setiap permasalahan dapat segera diatasi. Dengan pengawasan



## BAB VI

# MANAJEMEN KEUANGAN USAHA

### A. Konsep Dasar Keuangan Usaha

Manajemen keuangan usaha merupakan serangkaian aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian keuangan yang bertujuan untuk menjamin keberlangsungan dan pertumbuhan usaha. Menurut Brigham dan Houston (2019), manajemen keuangan berfokus pada bagaimana perusahaan memperoleh dana, menggunakan dana secara efisien, serta mengelola laba untuk memaksimalkan nilai usaha.

Dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), manajemen keuangan memiliki peran yang sangat strategis karena keterbatasan modal dan tingginya risiko usaha. Banyak UMKM mengalami kegagalan bukan karena produk yang tidak baik, melainkan akibat lemahnya pengelolaan keuangan (Kasmir, 2018).

Konsep dasar manajemen keuangan usaha meliputi:

### **Perencanaan keuangan**

Perencanaan keuangan merupakan langkah awal dalam manajemen keuangan usaha. Perencanaan ini bertujuan untuk memperkirakan kebutuhan dana usaha serta sumber dana yang akan digunakan. Menurut Ross, Westerfield, dan Jordan (2021), perencanaan keuangan membantu usaha dalam mengantisipasi ketidakpastian ekonomi dan meminimalkan risiko keuangan di masa depan.

Dalam konteks UMKM, perencanaan keuangan mencakup perencanaan modal kerja, perencanaan investasi, serta perencanaan arus kas. Tanpa perencanaan yang matang, pelaku usaha cenderung mengambil keputusan keuangan secara reaktif, yang dapat berdampak pada ketidakstabilan usaha. Pengelolaan aset, termasuk aset lancar dan aset tetap.

### **Pengelolaan kewajiban**

Pengelolaan aset dan kewajiban merupakan inti dari manajemen keuangan usaha. Aset usaha meliputi aset lancar seperti kas, piutang, dan persediaan, serta aset tetap seperti peralatan dan bangunan. Pengelolaan aset bertujuan untuk memastikan bahwa aset tersebut digunakan secara optimal dan memberikan manfaat maksimal bagi usaha.

Di sisi lain, kewajiban merupakan utang atau tanggungan keuangan yang harus dipenuhi oleh usaha. Menurut Riyanto (2013), pengelolaan kewajiban yang tidak tepat dapat menimbulkan beban keuangan yang berat dan mengganggu likuiditas usaha. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu menyeimbangkan antara penggunaan utang dan kemampuan usaha dalam membayar kewajiban tersebut.

### **Pengelolaan modal dan laba**

Modal usaha merupakan dana yang digunakan untuk membiayai seluruh aktivitas usaha, baik operasional maupun pengembangan. Modal dapat berasal dari modal sendiri maupun modal luar.



## BAB VII

# MANAJEMEN PEMASARAN USAHA BIDANG TEKNIK

### A. Konsep Dasar Pemasaran

Pemasaran merupakan fungsi strategis dalam manajemen usaha yang berperan penting dalam menjembatani antara kemampuan internal perusahaan dengan kebutuhan dan keinginan pasar. Dalam literatur klasik, pemasaran didefinisikan sebagai proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, serta pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler & Keller, 2016). Definisi ini menegaskan bahwa pemasaran tidak sekadar aktivitas penjualan, melainkan suatu proses terpadu yang dimulai jauh sebelum produk atau jasa ditawarkan kepada konsumen.

Dalam konteks usaha bidang teknik dan jasa konstruksi, konsep pemasaran memiliki karakteristik yang khas. Produk yang dipasarkan umumnya bersifat tidak berwujud (intangible), berbasis keahlian (expertise-based), serta sangat bergantung pada kepercayaan dan reputasi penyedia jasa. Oleh karena itu, pemasaran dalam usaha konstruksi tidak hanya berorientasi pada hasil akhir berupa bangunan

fisik, tetapi juga mencakup proses pelayanan, kualitas interaksi, serta jaminan mutu dan keselamatan kerja.

Perkembangan konsep pemasaran dapat ditelusuri melalui beberapa orientasi utama, yaitu orientasi produksi, orientasi produk, orientasi penjualan, orientasi pemasaran, dan orientasi pemasaran sosial. Orientasi produksi menekankan pada efisiensi dan ketersediaan produk dengan asumsi bahwa konsumen akan memilih produk yang mudah diperoleh dan terjangkau. Orientasi produk berfokus pada kualitas teknis dan keunggulan produk. Dalam usaha konstruksi, orientasi ini sering terlihat pada penekanan aspek kekuatan struktur dan spesifikasi teknis. Namun, kedua orientasi tersebut dinilai kurang memadai apabila tidak disertai pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan.

Orientasi penjualan menempatkan aktivitas promosi dan penawaran agresif sebagai kunci keberhasilan. Meskipun masih banyak digunakan, pendekatan ini cenderung bersifat jangka pendek. Orientasi pemasaran modern kemudian berkembang dengan menempatkan kepuasan pelanggan sebagai pusat seluruh aktivitas usaha. Perusahaan dituntut untuk memahami kebutuhan pasar sasaran, merancang layanan yang sesuai, serta menyampaikan nilai yang lebih baik dibandingkan pesaing (Kotler & Armstrong, 2020). Lebih lanjut, konsep pemasaran sosial menekankan bahwa kegiatan pemasaran harus mempertimbangkan kesejahteraan masyarakat dan keberlanjutan lingkungan, suatu aspek yang sangat relevan dalam usaha bidang teknik.

Konsep inti pemasaran meliputi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan permintaan (*demands*). Kebutuhan berkaitan dengan kondisi dasar manusia, seperti kebutuhan akan tempat tinggal yang aman dan layak. Keinginan merupakan bentuk kebutuhan yang dipengaruhi oleh budaya dan preferensi individu, misalnya desain rumah modern atau ramah lingkungan. Permintaan muncul ketika keinginan tersebut didukung oleh kemampuan dan kemauan untuk membeli. Pemahaman terhadap ketiga konsep ini sangat penting bagi



## BAB VIII

# ASPEK HUKUM DAN PERIZINAN USAHA

## A. Bentuk Badan Usaha

### **Makna dan Peran Bentuk Badan Usaha**

Dalam menjalankan suatu usaha, termasuk usaha jasa konstruksi, bentuk badan usaha memiliki peran yang sangat mendasar. Bentuk badan usaha merupakan fondasi hukum dari seluruh kegiatan usaha, termasuk usaha jasa konstruksi. Melalui bentuk badan usaha, suatu kegiatan ekonomi memperoleh pengakuan hukum sebagai subjek yang sah untuk melakukan perjanjian, menerima hak, serta memikul kewajiban. Tanpa bentuk badan usaha yang jelas, kegiatan konstruksi berisiko menimbulkan ketidakpastian hukum, baik bagi pelaku usaha maupun bagi pengguna jasa. Bentuk badan usaha bukan sekadar nama atau status administratif, tetapi merupakan identitas hukum yang menentukan bagaimana suatu usaha dijalankan, dipertanggungjawabkan, dan dilindungi oleh hukum.

Bagi usaha jasa konstruksi, bentuk badan usaha berkaitan langsung dengan tingkat kepercayaan pengguna jasa, kemampuan

mengikuti tender, tanggung jawab atas risiko pekerjaan, hingga penyelesaian masalah hukum yang mungkin muncul selama proyek berlangsung. Tanpa bentuk badan usaha yang jelas, kegiatan konstruksi berpotensi menimbulkan persoalan hukum, baik bagi pelaku usaha maupun masyarakat.

Fuady (2017) menjelaskan bahwa badan usaha adalah subjek hukum yang diberi kewenangan untuk melakukan perbuatan hukum, memiliki hak dan kewajiban, serta bertanggung jawab atas aktivitas usaha yang dijalankannya. Oleh karena itu, pemilihan bentuk badan usaha harus dilakukan secara sadar dan terencana.

Pada sektor jasa konstruksi, keberadaan badan usaha tidak hanya berkaitan dengan legalitas, tetapi juga menyangkut kepercayaan publik, kemampuan mengikuti tender, akses terhadap permodalan, serta kredibilitas profesional. Oleh karena itu, pemilihan bentuk badan usaha harus disesuaikan dengan karakteristik usaha konstruksi yang sarat risiko dan melibatkan kepentingan banyak pihak.

### **Fungsi Bentuk Badan Usaha dalam Usaha Jasa Konstruksi**

Bentuk badan usaha memiliki sejumlah fungsi strategis dalam penyelenggaraan usaha jasa konstruksi, antara lain:

1. Sebagai identitas hukum usaha  
Bentuk badan usaha memberikan status hukum yang jelas sehingga perusahaan dapat bertindak sebagai subjek hukum dalam kontrak konstruksi.
2. Sebagai alat pembatas tanggung jawab  
Pada badan usaha tertentu seperti PT, tanggung jawab pemilik dibatasi pada modal yang disetor, sehingga melindungi kekayaan pribadi.
3. Sebagai dasar perizinan usaha  
Proses perizinan jasa konstruksi mensyaratkan bentuk badan usaha tertentu untuk menentukan klasifikasi dan kualifikasi usaha.



# KEWIRAUSAHAAN BERBASIS PENDIDIKAN DAN MBKM

## A. Kewirausahaan dalam Kurikulum Perguruan Tinggi

### **Hakikat Kewirausahaan dalam Pendidikan Tinggi**

Kewirausahaan dalam konteks pendidikan tinggi tidak semata-mata dipahami sebagai kemampuan mendirikan dan mengelola usaha, tetapi sebagai suatu cara berpikir (*way of thinking*), cara bersikap (*way of behaving*), dan cara bertindak (*way of acting*) yang berorientasi pada penciptaan nilai (*value creation*). Oleh karena itu, pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi memiliki dimensi pedagogis, psikologis, sosial, dan ekonomi yang saling terintegrasi.

Menurut Kuratko (2017), pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi bertujuan membangun entrepreneurial mindset, yaitu pola pikir inovatif, adaptif, berani mengambil risiko terukur, serta mampu melihat peluang di tengah keterbatasan. Dalam konteks Perguruan Tinggi, kewirausahaan diposisikan sebagai kompetensi

lintas disiplin yang harus dimiliki oleh seluruh lulusan, bukan hanya mahasiswa program studi ekonomi atau bisnis.

Perguruan tinggi saat ini dihadapkan pada tantangan kompleks berupa perubahan teknologi, ketidakpastian pasar kerja, dan meningkatnya angka pengangguran terdidik. Oleh karena itu, kewirausahaan menjadi instrumen strategis untuk:

- Meningkatkan kemandirian lulusan,
- Mengurangi ketergantungan terhadap sektor formal,
- Mendorong lahirnya inovator dan pencipta lapangan kerja baru.

### **Pergeseran Paradigma Kurikulum**

Kurikulum Pendidikan teknik mengalami pergeseran paradigma dari teacher-centered learning menuju student-centered learning dan outcome-based education (OBE). Dalam paradigma ini, keberhasilan pembelajaran diukur bukan dari seberapa banyak materi yang disampaikan dosen, melainkan dari sejauh mana mahasiswa mampu menunjukkan capaian pembelajaran yang relevan dengan kebutuhan dunia nyata.

Pendidikan kewirausahaan dalam kurikulum Pendidikan teknik menuntut:

- Pembelajaran kontekstual dan aplikatif,
- Integrasi antara teori dan praktik,
- Penekanan pada pengalaman belajar autentik (experiential learning).

Menurut Fayolle dan Gailly (2015), kewirausahaan tidak dapat diajarkan secara efektif hanya melalui ceramah di kelas, melainkan harus dipelajari melalui proses refleksi atas pengalaman nyata. Oleh karena itu, kurikulum Pendidikan teknik perlu menyediakan ruang bagi mahasiswa untuk mengalami langsung proses kewirausahaan, seperti perencanaan usaha, pengujian pasar, pengelolaan risiko, dan evaluasi kinerja bisnis.



## BAB X

# STUDI KASUS DAN PROYEK KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA

## A. Desain Proyek Usaha Mahasiswa

### **Konsep Dasar Proyek Kewirausahaan Mahasiswa**

Secara filosofis, proyek kewirausahaan mahasiswa berakar pada pandangan konstruktivisme, yang menekankan bahwa pengetahuan dibangun melalui pengalaman dan interaksi dengan lingkungan (Piaget, 1972). Mahasiswa tidak hanya menghafal konsep bisnis, tetapi membangun pemahaman kewirausahaan melalui praktik nyata.

Selain itu, proyek kewirausahaan mahasiswa juga dipengaruhi oleh filsafat pendidikan progresivisme yang menempatkan pengalaman nyata sebagai inti proses pembelajaran. Dewey (1938) menegaskan bahwa pendidikan akan efektif apabila peserta didik terlibat langsung dalam aktivitas yang relevan dengan kehidupan nyata.

Proyek kewirausahaan mahasiswa merupakan bentuk pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) yang

menempatkan mahasiswa sebagai pelaku utama dalam proses penciptaan nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dalam konteks pendidikan tinggi, proyek usaha mahasiswa tidak hanya bertujuan menghasilkan keuntungan finansial, tetapi juga membangun kompetensi kewirausahaan seperti kreativitas, inovasi, kepemimpinan, pemecahan masalah, dan pengambilan keputusan (Kolb, 1984; Neck & Greene, 2011).

Pada Pendidikan teknik, desain proyek usaha mahasiswa umumnya dikaitkan dengan bidang konstruksi, jasa teknik, manufaktur sederhana, atau usaha pendukung sektor properti. Hal ini sejalan dengan pendekatan contextual entrepreneurship education, yaitu kewirausahaan yang relevan dengan kompetensi keilmuan mahasiswa (Fayolle & Gailly, 2015).

### **Tujuan Proyek Kewirausahaan Mahasiswa**

Tujuan utama proyek kewirausahaan mahasiswa tidak semata-mata menghasilkan keuntungan finansial, melainkan mencakup aspek pendidikan, sosial, dan pengembangan diri. Secara rinci, tujuan proyek kewirausahaan mahasiswa meliputi:

1. **Mengembangkan Kompetensi Kewirausahaan**  
Proyek kewirausahaan membantu mahasiswa mengembangkan kompetensi inti kewirausahaan seperti kreativitas, inovasi, pengambilan keputusan, kepemimpinan, dan manajemen risiko (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2017).
2. **Menumbuhkan Sikap Mandiri dan Tanggung Jawab**  
Melalui proyek usaha, mahasiswa belajar bertanggung jawab terhadap keputusan yang diambil, baik dalam aspek produksi, pemasaran, maupun keuangan.
3. **Meningkatkan Kesiapan Kerja dan Berwirausaha**  
Proyek kewirausahaan membekali mahasiswa dengan pengalaman nyata yang relevan dengan dunia kerja dan dunia usaha, sehingga meningkatkan employability lulusan.



# DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2014).
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of financial management*. Cengage Learning.
- Bygrave, W. D., & Hofer, C. W. (1991). Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 13–22.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility. *Business Horizons*, 34(4), 39–48.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson Education.
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic management: A competitive advantage approach* (16th ed.). Pearson Education.
- Dees, J. G. (1998). *The meaning of social entrepreneurship*. Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- Drucker, P. F. (2015). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper Business.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone.
- Ervianto, W. I. (2019). *Manajemen proyek konstruksi*. Andi.
- European Commission. (2016). *EntreComp: The entrepreneurship competence framework*. Publications Office of the European Union.

- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75–93.
- Fuady, M. (2017). *Hukum bisnis dalam teori dan praktik*. Citra Aditya Bakti.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2015). *Principles of managerial finance*. Pearson Education.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2015). *Cost management: Accounting and control*. Cengage Learning.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10thed.). McGraw-Hill Education.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2020). *Entrepreneurship* (11thed.). McGraw-Hill Education.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2018). *Standar akuntansi keuangan entitas mikro, kecil, dan menengah (SAK EMKM)*. IAI.
- Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 1995 tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan.
- Kasmir. (2018). *Analisis laporan keuangan*. Rajawali Pers.
- Kemendikbudristek Republik Indonesia. (2020). *Buku panduan Merdeka Belajar–Kampus Merdeka*. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi.
- Kemendikbudristek Republik Indonesia. (2021). *Panduan implementasi Merdeka Belajar–Kampus Merdeka*.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). *Data UMKM tahun 2021*. Kemenkop UKM.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2020). *Panduan pengembangan kewirausahaan mahasiswa*. Kemendikbud.

- Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat. (2016). *Pedoman perencanaan teknis bangunan gedung*. Kementerian PUPR.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kuratko, D. F. (2017). *Entrepreneurship: Theory, process, practice* (10th ed.). Cengage Learning.
- Mahesa, A. D., & Rahardja, E. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha mikro dan kecil. *Diponegoro Journal of Management*, 10(1), 1–10.
- Mulyadi. (2016). *Sistem akuntansi*. Salemba Empat.
- Mulyadi. (2018). *Akuntansi biaya* (5th ed.). UPP STIM YKPN.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Ries, E. (2011). *The lean startup*. Crown Business.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian pendidikan*. Alfabeta.
- Suryana. (2017). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses*. Salemba Empat.
- Widodo, S. (2019). *Manajemen proyek konstruksi*. Andi Offset.



# Kewirausahaan Terapan

Konsep, Manajemen, dan Praktik Usaha Berbasis Pendidikan Teknik

**K**ewirausahaan merupakan instrumen efektif dalam pemberdayaan masyarakat lokal karena mendorong kemandirian ekonomi dan peningkatan daya saing. Pemberdayaan melalui kewirausahaan mencakup beberapa dimensi yang saling berkaitan.

Dimensi ekonomi berperan dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat dengan membuka akses menjadi pelaku dan pemilik usaha. Dimensi sosial memperkuat peran dan status masyarakat dalam komunitas, di mana wirausaha dapat menjadi teladan dan agen perubahan yang meningkatkan modal sosial. Dimensi psikologis menumbuhkan kepercayaan diri, kemandirian, dan keyakinan bahwa masyarakat mampu memperbaiki kondisi hidup melalui usaha sendiri. Sementara itu, dimensi politik meningkatkan partisipasi dan daya tawar masyarakat dalam proses pengambilan keputusan, terutama melalui organisasi seperti koperasi atau asosiasi usaha.

Model kewirausahaan berbasis komunitas terbukti efektif dalam pemberdayaan lokal karena melibatkan masyarakat secara kolektif dalam pengelolaan sumber daya dan pembagian manfaat, seperti pada koperasi, BUMDes, dan kelompok usaha bersama.

**litnus.** Penerbit



✉ literasinusantaraofficial@gmail.com  
🌐 www.penerbitlitnus.co.id  
📧 @litnuspenerbit  
📧 literasinusantara\_

☎ 085755971589

Pendidikan

+17

ISBN 978-623-127-638-4



9 786231 276384