



HEALTH
INSURANCE

Elang Mohamad Atoilah, S.Sos., M.Kes.

Andhika Lungguh Perceka, S. Kom., M. Si.

Nurul, Apt., M. Farm.

Sugiah, S.Si., M.Biotek. AIFO

Kewira- usahaan Kesehatan





KEWIRAUSAHAAN KESEHATAN

**Elang Mohamad Atoilah, S.Sos., M.Kes.
Andhika Lungguh Perceka, S.Kom., M.Si.
Nurul, Apt., M. Farm.
Sugiah, S.Si., M.Biotek. AIFO.**

KEWIRAUSAHAAN KESEHATAN

Penyusun:

Elang Mohamad Atoilah, S.Sos., M.Kes.
Andhika Lungguh Perceka, S.Kom., M.Si.
Nurul, Apt., M. Farm.
Sugiah, S.Si., M.Biotek. AIFO.

Penyunting: Aep Syaiful Hamidin
Penata Sampul: Ripqi Zulfikor
Penata Aksara: ASH.

Penerbit:

MANGGU MAKMUR TANJUNG LESTARI

(ANGGOTA IKAPI)

Bandung—Indonesia
www.penerbitmanggu.co.id

2024

238 hlm.; 17,5 cm × 25 cm

ISBN: 978-623-8234-19-6

Sanksi Pelanggaran Pasal 113 Undang-Undang Nomor 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 Rp100.000.000,00 (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 Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak 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 Rp1.000.000.000,00 (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 Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

©Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Diterbitkan oleh Penerbit Manggu Makmur Tanjung Lestari
Bandung, 2024

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji hanya Allah Yang Maha Kuasa, atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan buku yang ke 4. Salawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, karena berkat beliau, kita mampu keluar dari kegelapan menuju jalan yang lebih terang.

Penulis ucapkan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang mendukung lancarnya penerbitan buku ini mulai dari proses pencarian bahan, penulisan hingga proses cetak, yaitu orang tua kami, pimpinan kami di STIKes Karsa Husada Garut (Ketua), jajaran Yayasan Dharma Husada Insani Garut, rekan-rekan dosen, nara sumber, mahasiswa, penerbit, dan masih banyak lagi yang tidak bisa kami sebutkan satu per satu.

Adapun, buku ini berjudul 'Kewirausahaan Kesehatan' telah selesai kami buat secara maksimal dan sebaik mungkin agar menjadi manfaat bagi pembaca khususnya mahasiswa yang membutuhkan informasi dan pengetahuan mengenai bagaimana kewirausahaan secara umum maupun khususnya dalam bidang kesehatan.

Dalam buku ini, kami memasukan konsep dasar kewirausahaan, sejarah dan sifat-sifat insan yang berjiwa wirausaha, juga materi yang disajikan yang relevan dengan mata kuliah dan kurikulum MBKM mengenai pembentukan karakter pada wirausahawan terutama dalam bidang kesehatan. Materi lainnya adalah *marketing mix*, *marketing digital*, testimony alumni, serta materi lainnya yang sangat relevan dan di butuhkan.

Kami menyadari, masih banyak kekeliruan dan kekurangan yang tentu saja jauh dari sempurna tentang buku ini. Oleh sebab itu, kami mohon agar pembaca memberi kritik dan juga saran terhadap karya buku ini agar kami dapat terus meningkatkan kualitasnya.

Demikian buku ini kami buat, dengan harapan agar pembaca dapat memahami informasi dan juga mendapatkan wawasan mengenai bidang kewirausahaan dalam bidang kesehatan serta dapat bermanfaat bagi masyarakat dalam arti luas. Terima kasih.

Garut, 2 Februari 2024

Penulis,

Elang Mohamad Atoilah, S.Sos., M.Kes. dkk.

Daftar Isi

Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi	iv
Bab I Ternyata Wirausaha Merupakan 9 Sumber Pintu Rizqi dari 10 Sumber	1
Bab 2 Hakikat Kewirausahaan	4
A. Pengertian Kewirausahaan	4
B. Ciri-ciri Kewirausahaan	6
1. Percaya Diri	6
2. Keberanian Mengambil Risiko	6
3. Kepemimpinan	7
4. Keorisinilan Terdiri dari Kreativitas dan Inovasi.....	7
5. Berorientasi Masa Depan	8
6. Berorientasi pada Tugas dan Hasil.....	8
C. Karakteristik Kewirausahaan.....	9
1. Motif Berprestasi Tinggi.....	9
2. Berpandangan ke Masa Depan.....	9
3. Memiliki Kreatifitas Tinggi.....	9
4. Memiliki Perilaku Inovatif Tinggi	10
5. Selalu Komitmen dalam Pekerjaan, Memiliki Etos Kerja dan Tanggung Jawab	11
6. Mandiri atau Tidak Ketergantungan.....	11
7. Berani Mengambil Risiko	12
8. Selalu Mencari Peluang	12
9. Memiliki Jiwa Kepemimpinan	13
10. Memiliki Kemampuan Manajerial	13
11. Aktivitas Ekonomi	14
12. Inovasi.....	16
13. Penanggung Risiko	16
14. Keuntungan	17
C. Istilah dalam Bidang Kewirausahaan.....	18
D. Mengapa Wirausaha itu Penting?.....	21
1. Kewirausahaan sebagai Pencipta Lapangan Kerja.....	21
2. Berperan terhadap Perekonomian.....	21
E. Fungsi Kewirausahaan.....	23
1. Fungsi Wirausaha	23

2.	Fungsi Manajerial	24
3.	Fungsi Promosi	25
4.	Fungsi Komersial	26
5.	Fungsi Keuangan	27
F.	Jenis dan Tipe Wirausaha	28
1.	Jenis-jenis Wirausaha Berdasarkan Sifat dan Tujuannya.....	28
Bab 3	Sejarah Konsepsi Pemikiran Kewirausahaan.....	31
A.	Logika Konsepsi	31
B.	Pemikiran Kewirausahaan sebagai Sejarah	32
C.	Interpretasi Kewirausahaan Masa Prasejarah	33
D.	Kewirausahaan di Abad Pertengahan.....	34
E.	Kewirausahaan di Zaman Modern	35
F.	Kewirausahaan di Bidang Kesehatan.....	38
1.	Pengertian Kewirausahaan dalam Bidang Kesehatan	38
2.	Syarat dan Ketentuan Bisnis dalam bidang kesehatan.....	39
G.	Hubungan Antara Kewirausahaan dengan Inovasi.....	42
Bab 4	Paradigma Belajar Kewirausahaan dalam Berbagai Bidang Profesi.....	45
A.	Pemikiran Kewirausahaan Berbasis pada Multidisiplin.....	45
B.	Urgensi Membangun dan Menumbuhkan Karakter Kewirausahaan.....	46
Aspek Ekonomi.....		47
C.	Model Membangun dan Menumbuhkan Karakter Kewirausahaan	48
1.	Pendidikan dan Pelatihan	48
3.	Bergabung dengan Komunitas.....	51
Bab 5	Menelisik Peluang Bisnis di Bidang Kesehatan.....	52
A.	Menyingkap Ide Bisnis di Bidang Kesehatan.....	52
B.	Peluang Bisnis Kesehatan di Bidang Keperawatan.....	53
C.	Peluang Bisnis Kesehatan di Bidang Kebidanan	55
D.	Peluang Bisnis Kesehatan di Bidang Analisis Kesehatan	56
E.	Peluang Bisnis Kesehatan di Bidang Farmasi.....	57
F.	Peluang Bisnis Alat Kesehatan.....	59
Bab 6	Manajemen Pemasaran, <i>Marketing Mix</i> , <i>Digital marketing</i> dan Pemasaran Bidang Kesehatan.....	61
A.	Manajemen Pemasaran.....	61
1.	Pengertian Manajemen Pemasaran	61
2.	Konsep Manajemen Pemasaran.....	62
3.	Fungsi Manajemen Pemasaran	65
4.	Tujuan Manajemen Pemasaran.....	67
B.	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	70

C.	<i>Digital Marketing</i>	73
1.	Pengertian <i>Digital Marketing</i>	73
2.	Jenis-jenis <i>Digital Marketing</i>	74
3.	Kekurangan dan Kelebihan <i>Digital Marketing</i>	75
4.	Manfaat <i>Digital Marketing</i>	76
D.	Pemasaran Bidang Kesehatan.....	77
1.	Manajemen pemasaran di bidang kesehatan.....	77
Bab 7 Menumbuhkan Minat dan Dorongan Wirausaha: <i>True Story/Succes story, Testimony, Motivasi, Cerita Sukses Alumni SKHG dalam Berwirausaha</i>		
		82
A.	Menumbuhkan Minat dan Dorongan Wirausaha.....	82
B.	<i>True Story/Succes story</i> Ciputra dan Gamal Albinsaid.....	84
1.	Sang Maestro Properti Tanah Air: Jejak Langkah dan Warisan Ciputra.....	84
2.	Gamal Albinsaid, Dokter Muda dengan Bisnis Asuransi Sampah yang Memukau Pangeran Charles	89
C.	Testimoni Melalui Kisah Inspiratif Merryza Marrianche dan Jonathan Sudharta.....	91
1.	Kisah Inspiratif Merryza Marrianche dalam Membangun Che Homecare.....	91
2.	Jonathan Sudharta, Sang Visioner Healthtech Tanpa Lelah Belajar dan Berinovasi	93
D.	Testimoni Dosen dan Alumni STIKes Karsa Husada Garut dalam Berwirausaha	95
Bab 8 Manajemen Usaha dan Studi Kelayakan Usaha Bidang Kesehatan		
		99
A.	Konsep dan Pentingnya Manajemen Usaha	99
1.	Pengertian Manajemen Usaha.....	99
2.	Fungsi Manajemen Usaha.....	100
3.	Perencanaan Usaha.....	103
4.	Unsur-unsur Manajemen Usaha.....	104
5.	Komponen Manajemen Usaha.....	106
B.	Tahapan-tahapan dalam Menjalankan Manajemen Usaha.....	111
1.	Identifikasi Peluang Usaha.....	111
2.	Perencanaan Usaha.....	112
3.	Perencanaan Pemasaran.....	113
C.	Konsep dan Pentingnya Studi Kelayakan Usaha	115
1.	Pengertian Studi Kelayakan Usaha	115
2.	Aspek Studi Kelayakan Usaha.....	116
3.	Tujuan dan Manfaat Studi Kelayakan Usaha	118
4.	Model/Metode Analisis Studi Kelayakan Usaha	122
5.	Tahapan Studi Kelayakan Usaha.....	123
C.	Studi Kelayakan Usaha Bidang Kesehatan.....	126
D.	Contoh Proposal Studi Kelayakan Usaha Bidang Kesehatan	126

Bab 9 Manajemen Risiko Bisnis Bidang Kesehatan	135
A. Pengertian Manajemen Risiko	135
B. Manfaat Manajemen Risiko	136
C. Tujuan Manajemen Risiko	137
D. Prinsip Manajemen Risiko	138
E. Macam-macam Bentuk Risiko	140
F. Langkah-langkah Manajemen Risiko	142
1. Identifikasi Risiko	142
2. Mengukur Risiko	143
3. Mengendalikan Risiko	144
4. Pendekatan yang Saat ini Paling Banyak Menjadi Perhatian dalam Mengelola Pelayanan Kesehatan	146
Bab 10 Etika dan Hukum Bisnis Kesehatan	148
A. Etika Bisnis	148
1. Pengertian Etika dan Etika Bisnis	148
2. Prinsip Etika Bisnis	149
e. Prinsip Integritas Moral	151
3. Penerapan Prinsip Etika Bisnis	152
4. Tujuan Etika Bisnis	155
5. Keterkaitan Etika Bisnis dengan Perolehan Keuntungan	155
B. Hukum Bisnis	156
1. Pengertian Hukum Bisnis	156
2. Fungsi dan Tujuan Hukum Bisnis	156
3. Ruang Lingkup Hukum Bisnis	157
4. Sumber Hukum Bisnis	158
C. Etika dan Hukum Bisnis Hubungannya dengan Bisnis Bidang Kesehatan	160
Bab 11 Menghitung Biaya Produksi dan Menghitung <i>Break Effent Point</i> (BEP)	163
A. Pengertian Biaya Produksi	163
B. Unsur-unsur Biaya Produksi	164
1. Biaya Bahan Baku	164
2. Biaya Tenaga Kerja Langsung	164
3. Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	165
C. Menghitung Biaya Produksi dan Menghitung <i>Break Effent Point</i>	166
1. Home Care Harmony	166
2. Klinik Kesehatan Medika Utama	168
Bab 12 Membuat Model Iklan dalam Bentuk Media Sosial atau Aplikasi Sederhana	171
A. Membuat Model Iklan dalam Bentuk Media Sosial	171
B. Membuat Model Iklan dalam Bentuk <i>Website</i> dan Aplikasi Sederhana	174

Bab 13 Bentuk-bentuk Usaha dan Syarat-syarat Pendirian	178
A. Rumah Sakit.....	178
B. Klinik Kesehatan	179
C. Klinik Kecantikan.....	180
D. Apotek	183
E. Bidan Praktek Mandiri (BPM).....	184
F. Distributor Alat Kesehatan/Obat	186
G. Layanan Home care	187
Bab 14 Strategi Bisnis (<i>Business Plan</i>).....	190
A. Strategi Bisnis (Business Plan)	190
1. Pengertian Strategi Bisnis (<i>Business Plan</i>)	190
2. Manfaat Strategi Bisnis (<i>Business Plan</i>)	191
B. Contoh Strategi Bisnis (Business Plan)	192
Bab 15 Analisis SWOT Unit Usaha Bidang Kesehatan.....	202
A. Pengertian, Komponen, Fungsi, Manfaat dan Tujuan Analisis SWOT.....	202
1. Pengertian analisis SWOT	202
2. Komponen SWOT	203
3. Fungsi Analisis SWOT	205
4. Manfaat Analisis SWOT	205
5. Tujuan Analisis SWOT.....	205
B. Analisis SWOT Unit Usaha Bidang Kesehatan.....	206
Daftar Pustaka.....	210
Glosarium	226
Profil Penulis.....	231

Bab I

Ternyata Wirausaha Merupakan 9 Sumber Pintu Rizqi dari 10 Sumber

Di sela aktivitas sehari-hari, perbincangan tentang bisnis sering kali terlontar dari mulut setiap orang. Mungkin saja itu sering terlontar dari mulut kita sendiri. Padahal, sebenarnya kita tidak tahu-menahu dengan yang namanya bisnis. Sebuah fakta menarik menunjukkan bahwa tidak semua orang paham bisnis, tapi semua orang suka bicara bisnis. Kita sering berangan-angan apakah itu dengan teman, tetangga, saudara, atau siapapun dengan orang terdekat kita, berangan-angan untuk membangun bisnis. Ambil contoh, kita bayangkan membangun bisnis di bidang kuliner. Bayangan kita sudah pasti keuntungan yang besar. Kebebasan finansial yang selalu terbayang. Kebebasan waktu yang selalu menghantui kita. Semua yang terbayang dalam benak kita adalah segala sesuatu yang memberikan kemudahan-kemudahan finansial. Dengan begitu, sudah terbayang akan kenikmatan dan kebebasan yang akan menghampiri kehidupan kita. Terbayang akan bebas memenuhi kebutuhan dan keinginan kita sendiri dan keluarga. Sudah pasti yang manis-manis yang dibayangkan. Keuntungan yang besar yang membuat kita ingin menjalankan sebuah bisnis, apalagi kalau melihat pengusaha yang telah mencicipi kesuksesan dalam bisnisnya.

Bayangan tentang itu semua tidak salah. Dan, bisa jadi itu semua benar adanya. Yang pasti, 9 pintu rejeki ada di dagang atau bisnis. Sebagaimana keterangan dalam hadis yang diriwayatkan oleh Ibrahim Al-Harbi dalam Gharib Al-Hadis dari hadis Nu'aim bin 'Abdirrahman, "*Hendaklah kalian berdagang karena berdagang merupakan sembilan dari sepuluh pintu rezeki.*" Sementara dari sumber di luar bisnis hanya 1 saja. Artinya, peluang untuk mendapatkan keuntungan dan kelimpahan rezeki sebagian besar ada di bisnis atau usaha. Namun, itu semua, hanya bayangan dan angan-angan belaka. Banyak orang hanya sebatas ucapan atau pembicaraan dan keinginan atau angan-angan saja. Pada kenyataannya, tidak semua orang berani untuk menjalankan hidup atau mencari rezeki melalui usaha. Banyak ide dan gagasan tentang usaha, giliran mau praktiknya tidak berani mulai melangkah. Banyak alasan yang terlontar dari setiap orang yang tidak jadi menjalankan bisnis. Hal itu semata-mata untuk menjadikan alasan bagi dirinya agar tidak dijadikan sebagai orang yang dianggap tidak cakap dalam berbisnis. Mereka tidak mau disalahkan oleh orang lain karena ketidakmampuan menjalankan bisnis. Alasan apapun itu, yang pasti kebanyakan orang hanya sebatas obrolan semata. Istilah kata, "Jauh panggang dari api." Artinya, banyak bicara, banyak bergaya, tetapi jauh dari kenyataan. Coba perhatikan beberapa orang yang sedang bercakap mengenai bisnis, apalagi orang tersebut sedikit memiliki kedudukan sosial dalam bidang pendidikan lumayan tinggi, antara obrolan dengan kenyataan selalu berjauhan. Tetapi, jika ditanya. Alasannya banyak. Salah satunya dan menjadi alasan klasik adalah modal.

Memang tak bisa dipungkiri bahwa modal punya peran penting dalam membangun bisnis. Untuk membangun bisnis kita butuh modal. Tetapi, sebenarnya modal bisa dicari dimana saja jika kita benar-benar mau terjun dalam dunia bisnis. Yang terpenting adalah berani memulai, melangkah mengambil risiko. Walaupun memulai dengan modal seadanya, jika kita punya keterampilan dan mental seorang pembisnis, dapat dijamin bahwa bisnis kita akan berkembang pesat. Bagi yang berhasil melangkah, memulai mendirikan bisnis. Kita masih belum bisa menyebut diri kita berhasil dalam bisnis. Karena apa? Masalahnya tidak sampai di situ saja. Malahan kita baru saja memulai langkah kecil dalam luasnya dunia bisnis. Banyak risiko yang akan datang dalam bisnis. Di antara risiko mengerikan yang mungkin terjadi pada bisnis kita adalah kegagalan. Risiko ini timbul karena kurangnya keterampilan dalam menjalankan bisnis. Jika kita tidak bisa mengatasi risiko ini, hanya kehancuran yang akan didapatkan. Kegagalan akan sangat mengerikan karena bisa menghancurkan bisnis Anda, sekaligus melenyapkan seluruh modal yang dikumpulkan dengan susah payah.

Dari sini kita tahu bahwa dalam membangun bisnis, kita akan dihadapkan pada risiko untuk gagal. Namun, situasinya akan berbeda jika Anda memilih jalur aman yang lebih stabil, misalnya dengan memilih pekerjaan tetap. Menjadi pegawai negeri, anggota kepolisian, Tentara Nasional Indonesia (TNI), atau bekerja sebagai karyawan di sebuah perusahaan, pekerjaan tersebut merupakan pilihan-pilihan yang aman. Anda tidak akan menghadapi kegagalan, maupun kehilangan uang. Mari kita ilustrasikan jika Anda memilih menjadi seorang karyawan, Anda akan punya jam kerja yang pasti dan keamanan finansial dengan penghasilan yang relatif pasti setiap bulannya. Ini akan memberikan rasa aman dan kenyamanan dalam perencanaan keuangan pribadi Anda (Suparyanto, 2006). Meski demikian, jika Anda bekerja sebagai karyawan, mungkin hanya akan stagnan di situ-situ saja. Anda mungkin sulit untuk naik jabatan untuk mendapatkan penghasilan yang lebih besar. Itu wajar terjadi karena Anda tidak punya kendali penuh atas pekerjaan Anda.

Berbisnis, walaupun berisiko gagal sampai tak menyisakan seluruh modal. Namun, sebenarnya itu sebanding dengan keuntungan yang akan didapat jika Anda bisa mengatasi risikonya. Bisnis itu tergantung kepada diri sendiri. Kita punya kendali penuh atas bisnis kita, apakah itu bisa membuahkan keberhasilan atau kegagalan. Damodaran (2003) pernah berkata dalam bukunya yang berjudul *Investment Philosophies*, “No risk no return,” (tidak ada risiko tidak ada pendapatan). Artinya, jika ingin memperoleh pendapatan, Anda harus siap menerima risiko. Orang yang tidak siap menghadapi risiko tidak akan pernah dapat apa-apa. Selanjutnya, ungkapan di atas didukung oleh ungkapan lain yang berbunyi “High risk high return,” (Risiko yang besar akan mendatangkan keuntungan yang besar). Dari pernyataan ini kita belajar bahwa jika ingin memiliki pendapatan besar, Anda harus berani menghadapi risiko yang besar. Pasalnya, di balik risiko yang besar terdapat peluang keuntungan yang sama besar pula (Nurohman, 2022). Risiko tidak selalu mendatangkan kerugian, tetapi menghadirkan peluang untuk mendapatkan keuntungan dan pendapatan.

Untuk mencapai keuntungan yang besar dalam bisnis, Anda harus mempersiapkan kombinasi sinergis yang memadai, yaitu *skill*, mental yang tangguh, dan motivasi yang kuat.

Keberhasilan dalam bisnis tidak cukup hanya bergantung pada keberuntungan saja, tetapi membutuhkan fondasi yang kokoh dalam bentuk kemampuan yang terus diasah, ketahanan mental yang mampu menghadapi tantangan dan tekanan, serta semangat yang gigih untuk terus maju. Dengan menggabungkan ketiga aspek ini, Anda dapat memegang kendali penuh terhadap perjalanan bisnis Anda dalam meraih sukses yang diharapkan.

Terdapat sebuah bidang menarik untuk dijadikan peluang usaha, yaitu bidang kesehatan. Peluangnya sangat luas dan terbuka lebar di sekitar kita. Bisa kita lihat dalam fenomena sehari-hari. Misalnya akibat dari pertumbuhan penduduk semakin banyak. Di sekitar kita, angka kelahiran biasanya lebih besar daripada angka kematian. Sehingga, hal ini bisa Anda manfaatkan untuk membuka usaha di bidang kesehatan, karena berpeluang besar dalam mensukseskan bisnis Anda. Maka dari itu, bagi Anda yang punya jiwa *entrepreneur*, momentum ini harus benar-benar dimanfaatkan dengan bijak. Karena, peluang Anda meraih kesuksesan semakin tinggi. Anda dapat menjalankan bisnis kesehatan seperti klinik dan apotek pada lingkungan yang Anda pikir strategis.

Membuka klinik menawarkan peluang bisnis yang sangat besar. Dalam mengelola klinik, Anda punya banyak pilihan untuk membuka klinik mulai dari membuka klinik umum, atau spesialis pada bidang tertentu seperti, kardiologi, ortopedi, ginekologi, pediatri atau bahkan klinik kecantikan. Anda dapat menyesuaikan jenis layanan yang akan ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan peluang yang paling dominan di lingkungan sekitar Anda. Membuka klinik akan mendatangkan keuntungan yang tidak terbatas apalagi jika Anda membuka klinik di lingkungan dengan tingkat kelahiran yang tinggi. Semakin banyak pasangan yang memutuskan untuk memiliki anak, maka kebutuhan akan layanan kebidanan dan kandungan juga akan meningkat. Hal ini dapat menjadi keuntungan tersendiri bagi klinik Anda. Layanan *antenatal care* rutin, persalinan, hingga perawatan pasca-melahirkan akan menjadi sumber pendapatan utama klinik Anda. Apalagi jika dengan dukungan BPJS Kesehatan, maka akan semakin banyak ibu hamil yang akan berkunjung. Selain itu, klinik anak juga bisa menjadi pilihan menarik untuk dibuka. Seiring dengan meningkatnya jumlah kelahiran, orang tua akan membutuhkan layanan kesehatan dan perawatan untuk buah hati mereka. Mulai dari imunisasi, tumbuh kembang, hingga layanan konsultasi dan rawat inap jika anak sakit. Membuka klinik tidak hanya memberikan peluang finansial yang signifikan tetapi juga memungkinkan Anda untuk memainkan peran yang aktif dalam mendukung kesehatan masyarakat atau menyediakan layanan kecantikan yang dibutuhkan oleh masyarakat setempat. Selain itu, bagaimana jika sekaligus membuka apotek di samping klinik Anda, keuntungan yang didapatkan sudah pasti akan berkali-kali lipat.

Terakhir, saat Anda benar-benar merasa telah siap dengan modal yang cukup, keterampilan yang memadai, dan mental yang tangguh, barulah saatnya untuk memulai praktik berbisnis sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.

Bab 2

Hakikat Kewirausahaan

A. Pengertian Kewirausahaan

Wirausaha adalah kegiatan usaha atau bisnis secara mandiri. Wirausaha asal kata wira dan usaha. Wira artinya gagah, utama, luhur, berani, teladan atau pejuang. Usaha artinya kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud; pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu. Dalam bahasa Inggris, wirausaha adalah *businessman*. Menurut KBBI, wirausaha adalah wiraswasta. Artinya, orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya.

Menurut Meredith, et.al., (1995), wirausaha adalah suatu aktifitas yang dimana pelakunya memiliki kemampuan untuk menilai dan melihat kesempatan bisnis untuk mendapatkan hasil yang menguntungkan dalam rangka memenuhi kebutuhan dengan cara mengumpulkan sumber-sumber daya guna untuk mencapai kesuksesan. Sedangkan menurut Anoraga & Sudantoko (2002:137), wirausaha adalah pejuang yang jadi teladan dalam bidang usaha. Menurut Skinner (1992), *entrepreneur* atau wirausaha adalah seseorang yang berani mengambil risiko dalam mengelola sebuah bisnis untuk mendapatkan imbalan berupa profit nonfinansial ataupun finansial. Di sisi lain, Kardoyo, Setiaji & Widiyanto (2017) menjelaskan, wirausaha merupakan seseorang yang memiliki kebebasan untuk menjalankan kegiatan usaha, bisnis bahkan kehidupannya secara mandiri. Mereka memiliki kebebasan dalam merancang, menentukan, mengelola, dan mengendalikan seluruh aspek usaha mereka.

Dari beberapa pengertian dan pendapat di atas, maka dapat di simpulkan bahwa wirausaha merupakan jalur usaha mandiri yang dapat di tempuh untuk menjalani hidup dengan bebas, kreativitas, dan tanggung jawab penuh terhadap diri sendiri. Pelaku wirausaha adalah orang yang pandai atau berbakat dalam mengenali, menentukan cara, dan menyusun operasi pengadaan produk baru, termasuk memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya. Sehingga, pelaku bisnis dapat dianggap sebagai pejuang yang menjadi teladan dalam bidang usaha. Dalam aktivitasnya wirausaha melibatkan kemampuan untuk menilai dan melihat peluang bisnis guna mencapai hasil yang menguntungkan dengan mengumpulkan sumber daya, berani mengambil risiko dalam mengelola bisnis dengan tujuan mendapatkan imbalan, baik dalam bentuk keuntungan finansial maupun nonfinansial.

Secara etimologi, pengertian wirausaha dengan kewirausahaan ada perbedaan, namun dari kedua kata tersebut pada dasarnya sama dalam hal maksud dan tujuan. Wirausaha merupakan sebuah proses yang dilakukan oleh seseorang dalam upaya memenuhi kebutuhannya. Selain itu, yang menjadi target dari pelaku wirausaha itu sendiri adalah keun-

Bab 3

Sejarah Konsepsi Pemikiran Kewirausahaan

A. Logika Konsepsi

Kewirausahaan, meskipun telah menjadi profesi dan aktivitas yang sudah ada sejak lama dalam sejarah peradaban manusia, namun perhatian para pemikir dan ilmuwan terhadap bidang ini baru muncul dalam 5 abad terakhir. Adapun minat serta kajian mendalam dari para ahli ekonomi tentang kewirausahaan bahkan baru berkembang pesat pada 50 tahun belakangan ini. Padahal apabila kita telusuri teori dan konsep kewirausahaan sesungguhnya telah muncul lebih awal jauh sebelum lahirnya teori-teori ekonomi. Namun sayangnya perhatian terhadap kewirausahaan kalah banyak jika di bandingkan dengan perkembangan ilmu-ilmu sosial termasuk ekonomi.

Kurang populernya pembahasan mengenai teori kewirausahaan dalam lingkungan, baik akademik maupun masyarakat lantaran masih sedikitnya minat untuk mengkaji potensi besar dan keunggulan dari bidang kewirausahaan. Sebagian besar orang beranggapan bahwa kewirausahaan dan profesi wirausaha bersifat informal dan merupakan seni yang sukar untuk diterapkan atau ditiru oleh orang banyak. Pandangan ini berakar dari mitos umum yang menganggap kesuksesan wirausaha merupakan bakat bawaan sejak lahir atau hanya dimiliki oleh suku bangsa atau etnis tertentu saja. Menurut Abdurohim et.al (2023), stigma dan stereotipe semacam itulah yang kemudian menjadi penghalang bagi percepatan perkembangan kewirausahaan.

Hingga saat ini, pemikiran di bidang kewirausahaan tidak lepas dari kontribusi para sarjana terkemuka yang berasal dari berbagai negara seperti Perancis, Inggris, Amerika, Jerman, dan Austria. Pandangan mereka telah membantu mempengaruhi dan menginspirasi lahirnya gagasan-gagasan baru meski dengan latar belakang filosofi yang sama. Konsep kewirausahaan dimaknai secara bergantian seiring terjadinya perubahan-perubahan yang sulit diprediksi seperti dinamika perdagangan internasional, permintaan pasar, persaingan yang memicu terciptanya inovasi dan peluang baru. Kondisi yang fluktuatif ini kemudian melahirkan pemikiran konseptual baru di bidang kewirausahaan dari waktu ke waktu.

Dalam kewirausahaan terdapat proses berpikir yang logis dan sistematis untuk menghasilkan ide atau konsep baru yang dapat diimplementasikan dalam bisnis. Proses ini melibatkan beberapa langkah, yaitu:

1. Identifikasi masalah atau peluang

Langkah pertama adalah mengidentifikasi masalah atau peluang yang ada di pasar. Masalah atau peluang ini dapat berupa kebutuhan yang belum terpenuhi, permasalahan yang belum terselesaikan, atau tren yang sedang berkembang.

Bab 4

Paradigma Belajar Kewirausahaan dalam Berbagai Bidang Profesi

A. Pemikiran Kewirausahaan Berbasis pada Multidisiplin

Kewirausahaan tidak melulu tentang ekonomi dan segala permasalahannya. Ternyata, kewirausahaan dapat diaplikasikan di berbagai multidisiplin. Maksudnya, kewirausahaan dapat diimplementasikan di bidang lain, seperti bidang seni, pendidikan, olahraga, pertanian, keuangan bahkan kesehatan. Hal ini dikarenakan pada dasarnya kewirausahaan merupakan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (kreatif dan inovatif). Semangat kewirausahaan inilah yang dapat diterapkan ke berbagai bidang secara luas, sehingga tidak terbatas hanya pada bidang satu bidang semata.

Dapat kita lihat bersama, peluang kewirausahaan dalam bidang seni sangat terbuka lebar dikarenakan bidang seni merupakan bidang yang kaya akan keberagaman. Salah satu peluang bisnis di bidang seni yang paling umum adalah membuka galeri seni atau membuka toko yang menjual karya seni seperti lukisan, patung, ataupun kerajinan tangan. Selain itu, bisnis seni pertunjukan, seperti membuka studio tari, sanggar seni, atau pun studio musik juga memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Jika Kita adalah seorang pelaku seni seperti pelukis, pemusik, atau penari, Kita juga dapat membuka jasa kursus atau les untuk mengajarkan kemampuan seni. Melalui peluang-peluang tersebut kita dapat melihat bahwa wirausaha dalam bidang seni punya potensi yang luar biasa menjanjikan sebagai ladang usaha.

Berwirausaha dalam bidang pendidikan dapat menjadi pilihan yang menarik. Karena, banyak sekali peluang yang dapat dimanfaatkan. Di samping itu, modal utama yang diperlukan untuk berwirausaha dalam bidang pendidikan adalah cukup kemauan dan ilmu yang telah digeluti dan didapatkan selama sekolah/kuliah (Fatchurrohman & Ruwandi, 2018). Melalui modal tersebut dapat membangun usaha, seperti lembaga kursus atau les yang mengajarkan pelajaran sekolah (Bimbingan belajar) dan pendampingan masuk masuk perguruan tinggi. Peluang kewirausahaan dalam bidang olahraga di Indonesia masih sangat luas dan menjanjikan. Jika tertarik membangun bisnis yang berhubungan dengan olahraga, Kita dapat membuka tempat *gym*. Peluang untuk membuka *gym* sendiri masih sangat terbuka. Meskipun sudah banyak tempat *gym* yang berdiri khususnya di kota-kota besar. Selain itu, peluang bisnis dalam menyediakan peralatan olahraga seperti sepatu, pakaian, hingga perlengkapan senam dan *fitness* juga sangat menjanjikan. Terutama jika membuka pelayanan di tempat yang banyak komunitas dan klub olahraga. Tak hanya itu, kewirausahaan di bidang jasa pelatih pribadi atau *personal trainer* juga dapat di pertimbangkan.

Kewirausahaan dalam pertanian punya peluang sangat terbuka lebar. Karena, pada zaman sekarang sedikit generasi muda yang ingin berhubungan dengan hal yang berbau

Bab 5

Menelisik Peluang Bisnis di Bidang Kesehatan

A. Menyingkap Ide Bisnis di Bidang Kesehatan

Di antara berbagai bidang bisnis yang bisa di tekuni, bidang kesehatan merupakan salah satu bidang yang menjanjikan peluang besar untuk dijadikan sebagai ladang bisnis. Bidang ini punya prospek yang pasti untuk dirintis, dan mulai mengembangkan bisnis. Lebih-lebih jika Kita adalah seorang sarjana atau ahli di bidang kesehatan. Kita dapat membangun bisnis sendiri, dibanding harus bekerja. Kesehatan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia yang sangat penting, karena kesehatan sangat dibutuhkan dalam kondisi apa pun. Seseorang yang sehat dapat melakukan aktivitas sehari-hari dengan lebih baik, produktif, dan menikmati hidup lebih maksimal. Maka dari itu, bisnis di bidang medis atau kesehatan akan selalu punya tempat khusus untuk tumbuh dan berkembang dalam segala macam perkembangan zaman.

Membangun bisnis dalam bidang apa pun bukanlah perkara yang mudah. Begitu pula dalam bidang kesehatan. Dibutuhkan ide dan gagasan cemerlang sebagai pondasi awal, yang selanjutnya dikembangkan melalui strategi operasional yang tepat. Sayangnya, menemukan ide bisnis cerdas tidak semudah membalikkan telapak tangan. Dalam sebuah bisnis sangat diperlukan sifat kreatif untuk mengembangkan ide-ide baru, agar menemukan cara baru dalam melihat sebuah masalah dan peluang (Imani, Fikri, & Filzah, 2022). Kadang-kadang inspirasi datang kepada kita tanpa diduga, namun terkadang kita perlu mencarinya dengan susah payah, apakah itu dengan melakukan analisis, riset/penelitian, *brainstorming*, *main mapping*, atau bahkan melakukan diskusi. Pada intinya, menemukan ide yang tepat bukan sebuah perkara mudah, tetapi sebuah proses panjang yang membutuhkan waktu, dedikasi dan kerja keras.

Memang benar menemukan ide untuk memulai bisnis bukanlah perkara yang mudah. Apalagi pada zaman sekarang banyak sekali usaha yang sama dalam bidang apa pun. Namun sebenarnya, Hanya perlu salah satu kunci rahasia di antara banyak kunci untuk bisa mengenali peluang yang sebenarnya sudah ada di sekitar kita. Yaitu kejelian/kepekaan dalam melihat peluang (Haromin, Ulum, & Aziz, 2020). Kita perlu mengasah kepekaan dan kejelian dalam mengamati apa yang sedang tren, pola hidup masyarakat, hingga kesenjangan dan kebutuhan yang belum terpenuhi dengan baik. Dengan mencermati hal-hal tersebut, kita bisa menemukan masalah atau hambatan nyata yang dialami banyak orang, lalu menawarkan solusi bisnis yang tepat guna dan bermanfaat. Niscaya, ide tersebut dapat berkembang menjadi bisnis yang sukses dan berkelanjutan. Jadi, perhatikan secara saksama apa yang tengah berlangsung di lingkungan Kita. Peluang selalu ada bagi mereka yang jeli dan peka melihatnya.

Bab 6

Manajemen Pemasaran, *Marketing Mix*, *Digital marketing* dan Pemasaran Bidang Kesehatan

A. Manajemen Pemasaran

1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran atau dalam bahasa Inggris disebut *marketing management*, secara etimologis terdiri dari dua kata, yaitu “Manajemen” dan “Pemasaran”. Manajemen berasal dari bahasa latin “*Manus*” yang berarti “tangan” dan “*Agere*” yang berarti “melakukan”. Selanjutnya, kedua kata tersebut digabung menjadi satu kata kerja “*managere*” yang berarti “menangani”. Dalam bahasa Inggris, “*Managere*” diterjemahkan menjadi bentuk kata kerja “*to manage*” dengan kata benda “*management*”, yang dalam Bahasa Indonesia berarti “pengelolaan” (Usman, 2008).

Menurut Follet (Wijayanti, 2008), manajemen dapat dianggap sebagai seni dalam mencapai tujuan melalui kerjasama dengan orang lain. James A. F Stoner (1995) menjelaskan bahwa manajemen melibatkan proses perencanaan, organisasi, kepemimpinan, dan pengawasan terhadap usaha anggota organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Luther Gulick (Rohman, 2017) memandang manajemen sebagai suatu ilmu yang berusaha memahami alasan dan cara orang bekerja bersama secara sistematis. Daft (2009) mendefinisikan manajemen sebagai upaya mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien melalui perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya organisasi. Muhammad (2005) melihat manajemen sebagai aktivitas khusus yang melibatkan kepemimpinan, pengarahan, pengembangan personal, perencanaan, dan pengawasan terhadap pekerjaan yang terkait dengan unsur-unsur pokok dalam suatu proyek.

Pemasaran dalam bahasa Inggris disebut sebagai marketing, yang berasal dari kata market. Dalam bahasa Arab, pemasaran dikenal dengan istilah *taswiq*, yang berasal dari kata *suuq*. Sebelum Islam, istilah “*sauq*” atau “*sauk*” merujuk pada tempat spesifik di mana transaksi penjualan berlangsung (Alserhan, 2010). Menurut Baker Ahmad Alserhan, pra-Islam, “*sauq*” dulunya merupakan lokasi resmi untuk berlangsungnya penjualan. Kotler dan Keller memberikan definisi pemasaran sebagai proses sosial, kemasyarakatan, dan manajerial yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk memperoleh keinginan mereka melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran bebas produk dan jasa yang memiliki nilai dengan pihak lain (Kotler & Keller, 2016). Menurut Stanton, pemasaran adalah sistem keseluruhan kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan pembeli dan pembeli potensial (Yulianti, Lamsah, & Periyadi, 2019).

Bab 7

Menumbuhkan Minat dan Dorongan Wirausaha: *True Story/Succes story, Testimony, Motivasi, Cerita Sukses* Alumni SKHG dalam Berwirausaha

A. Menumbuhkan Minat dan Dorongan Wirausaha

Setiap orang memiliki potensi untuk sukses dan meraih impian. Kuncinya terletak pada keberanian untuk mulai bertindak dan mengambil resiko. Merintis dan membesarkan usaha dapat menjadi perjalanan yang menantang namun sekaligus memberikan kepuasan tersendiri. Di era revolusi industri 4.0 seperti saat ini, kita dituntut untuk berinovasi dan membuat ide-ide segar dalam setiap bidang. Saatnya generasi muda bangkit dan menjadi *agent of change* dengan berani merintis bisnis sendiri. Mari jadikan semangat, antusiasme dan *passion* kita sebagai pijakan menuju kesuksesan. Melalui tekad dan kerja keras, menjadi seorang *entrepreneur* sukses bukan sekedar impian belaka. Kita dapat menciptakan peluang, memberikan dampak positif dan menginspirasi sesama.

Sebagai generasi muda, mari kita mulai merencanakan strategi wirausaha sesuai *passion* dan bakat kita. Ayo mulai mengenali potensi diri, dengan mengenali hobi, minat, serta keunikan yang kita miliki. Misalnya, bagi Anda yang hobi memasak bisa mulai belajar mengelola usaha kuliner. Sedangkan yang menyukai seni dan desain grafis bisa memanfaatkan *skill* tersebut sebagai jasa pembuatan logo, poster, atau kemasan produk. Untuk menjadi wirausahawan sejati kamu dapat dengan mudah memanfaatkan talenta dan minat yang sudah ada pada diri. Maka dari itu, mari renungkan dan gali potensi diri kita sejak dini. Siapa tahu ada peluang emas tersimpan dari hobi dan bakat kamu untuk turut membangun kesuksesan melalui kewirausahaan.

Memulai wirausaha bukanlah sebuah perkara yang mudah. Sebagai *entrepreneur* pemula, kita akan menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan modal, resiko kegagalan, hingga harus kerja ekstra keras demi menjalankan bisnis. Namun, jika berhasil melewatinya, keuntungan dan peluang yang bisa dipetik jauh lebih besar. Pendapatan finansial pun berpotensi jauh melampaui pekerjaan kantor biasa. Ditambah, kita memiliki keleluasaan untuk mengembangkan tujuan bisnis sesuai minat dan *passion* kita. Oleh karena itu, bagi kamu yang memiliki jiwa dan tekad wirausaha, jangan pernah ragu untuk mewujudkan mimpi memiliki usaha sendiri. Semangat dan optimisme tinggi adalah kunci sukses menghadapi segala rintangan yang mungkin menghadang. Dengan bekerja cerdas, berani mengambil resiko, serta belajar dari kegagalan, lambat laun kita pasti akan menuai hasil manis dari usaha tersebut. Bukankah rasanya tiada yang lebih indah selain memetik buah dari jerih payah sendiri?

Bab 8

Manajemen Usaha dan Studi Kelayakan Usaha Bidang Kesehatan

A. Konsep dan Pentingnya Manajemen Usaha

1. Pengertian Manajemen Usaha

Secara etimologis manajemen usaha terdiri dari dua kata, yaitu manajemen dan usaha. Sebagaimana yang telah dibahas pada pembahasan sebelumnya, manajemen merupakan seni dan ilmu yang secara sistematis mempelajari bagaimana orang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama di dalam suatu organisasi yang berkaitan dengan proses atau aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, kepemimpinan, pengembangan personal, pengendalian terhadap pekerjaan dan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien dengan melibatkan dan mengkoordinasikan orang lain.

Menurut KBBI, usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud; pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu, dalam perdagangan, kegiatan ini bermaksud untuk mencari untung. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan, usaha adalah setiap tindakan, perbuatan atau kegiatan apapun dalam bidang perekonomian, yang dilakukan oleh setiap pengusaha untuk tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba (Solihin, 2006:27). Yusuf Qardhawi (1997) menjelaskan bahwa usaha adalah pemanfaatan potensi diri manusia secara optimal melalui gerakan tubuh atau akal, baik secara individu maupun secara bersama-sama, untuk meningkatkan kekayaan, baik untuk kepentingan pribadi maupun orang lain. Oleh karena itu, dari definisi tersebut, kita dapat menyimpulkan bahwa kita diharapkan untuk berusaha dengan segala upaya yang halal guna memenuhi kebutuhan hidup.

Di sisi lain, Hughes dan Kapoor menjelaskan bahwa usaha merupakan kegiatan individu yang terorganisir untuk membuat dan menjual barang serta jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan, guna memenuhi kebutuhan masyarakat (Alma, 2003:89). Menurut Harmaizar (2008), usaha atau perusahaan dapat diartikan sebagai bentuk kegiatan yang dilakukan secara teratur dan berkesinambungan dengan maksud mencapai keuntungan. Perusahaan dapat berupa inisiatif perorangan atau entitas bisnis yang memiliki atau tidak memiliki status badan hukum, dan beroperasi di suatu wilayah dalam suatu negara.

Berdasarkan pengertian manajemen dan usaha di atas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen usaha adalah penerapan fungsi-fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian terhadap kegiatan atau aktivitas individu atau kelompok dalam mengerahkan seluruh potensi yang dimiliki, baik tenaga, pikiran,

Bab 10

Etika dan Hukum Bisnis Kesehatan

A. Etika Bisnis

1. Pengertian Etika dan Etika Bisnis

Secara etimologi kata etika berasal dari bahasa Yunani yang dalam bentuk tunggal, yaitu *ethos* dan dalam bentuk jamaknya, yaitu *ta etha*. “Ethos” berarti sikap, cara berpikir, watak kesusilaan atau adat. Kata ini identik dengan moralitas yang berasal dari kata latin *mos* yang dalam bentuk jamaknya *mores* yang berarti juga adat atau cara hidup. Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI), etika sendiri didefinisikan sebagai ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak).

Etika dan moral memiliki makna yang hampir sama, tetapi dalam penggunaan sehari-hari, terdapat sedikit perbedaan. Istilah moral digunakan untuk menilai atau memeriksa tindakan tertentu, sementara etika digunakan untuk menyelidiki sistem nilai yang ada dalam suatu kelompok atau masyarakat (Ernawan, 2011). Menurut Nugroho & Arijanto (2015), etika dan moralitas pada dasarnya merujuk pada sistem nilai mengenai bagaimana manusia seharusnya menjalani kehidupan sebagai manusia. Nilai-nilai ini telah diinstitutionalisasi dalam adat kebiasaan dan kemudian menjadi pola perilaku yang konsisten dan berulang, mirip dengan kebiasaan yang terbentuk dalam jangka waktu yang lama. Suseno (1979) berpendapat bahwa etika bukan hanya sebuah ajaran, melainkan juga sebuah ilmu. Sebagai ilmu, etika menekankan refleksi kritis dan rasional. Etika mempertanyakan apakah nilai dan norma moral tertentu harus diterapkan dalam situasi konkret yang dihadapi seseorang.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli mengenai pengertian etika, maka dapat disimpulkan bahwa etika adalah ilmu yang mempelajari nilai-nilai dan norma-norma moral dalam menentukan baik buruknya perilaku manusia. Etika membahas refleksi kritis dan rasional tentang sistem nilai yang berlaku dalam kelompok atau masyarakat tertentu. Etika berkaitan erat dengan moralitas, yang menunjuk pada adat kebiasaan dan pola perilaku konsisten seseorang dalam jangka waktu panjang. Dengan demikian, etika dan moralitas pada dasarnya memiliki makna yang sama, yaitu mengenai bagaimana manusia seharusnya hidup dan bertindak dengan benar.

Dalam dunia bisnis, sangat penting untuk menerapkan etika bisnis agar usaha berjalan dengan baik. Bisnis yang sukses adalah yang berintegritas moral, yang berarti tujuan tidak melulu hanya memperhatikan keuntungan pribadi semata. Selain mencari keuntungan dan kebahagiaan individu, para pelaku bisnis juga harus memiliki tanggung jawab untuk membuat masyarakat sekitarnya merasa bahagia. Hal ini berarti perusahaan harus mem-

Bab 11

Menghitung Biaya Produksi dan Menghitung *Break Effent Point* (BEP)

A. Pengertian Biaya Produksi

Sebelum membahas mengenai biaya produksi, perlu dipahami terlebih dahulu konsep biaya. Mulyadi (2009: 8) mendefinisikan biaya sebagai pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, baik yang telah terjadi atau yang mungkin akan terjadi guna mencapai tujuan tertentu. Sementara itu, Hansen & Mowen (2012: 47) mengungkapkan biaya (*cost*) merujuk pada nilai kas atau setara kas yang dikeluarkan untuk memperoleh barang atau jasa dengan harapan memberikan manfaat, baik pada saat ini maupun di masa depan bagi organisasi/perusahaan.

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan, biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi, baik yang sudah terjadi maupun yang berpotensi akan terjadi di masa depan, yang dapat diukur dalam nilai uang, untuk tujuan memperoleh manfaat bagi organisasi pada saat ini maupun masa mendatang. Pengorbanan tersebut dapat berupa kas atau setara kas seperti aset lainnya yang mempunyai nilai ekonomis. Dengan kata lain, biaya merupakan nilai uang dari input yang dikorbankan perusahaan atau organisasi untuk memproduksi atau mendapatkan output berupa barang dan jasa yang diharapkan dapat memberikan keuntungan dimasa sekarang dan akan datang.

Proses produksi ini melibatkan serangkaian kegiatan mulai dari pengolahan bahan baku, pembuatan komponen, perakitan, hingga pengemasan produk jadi. Tentu saja untuk melaksanakan seluruh rangkaian proses produksi tersebut diperlukan berbagai sumber daya, seperti mesin, peralatan, tenaga kerja, listrik, air, dan lain-lain. Penyediaan berbagai sumber daya produksi ini jelas menimbulkan biaya yang harus dikeluarkan perusahaan. Perhitungan biaya tersebut dinamakan dengan biaya produksi.

Menurut Supriyono (2018: 19), biaya produksi merujuk pada biaya-biaya yang secara langsung terkait dengan proses produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk yang telah selesai. Mulyadi (2009: 14) mengungkapkan bahwa biaya produksi mencakup segala biaya yang timbul dalam mengubah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Ini melibatkan berbagai elemen seperti biaya penyusutan mesin dan peralatan, biaya bahan baku, biaya bahan penolong, serta biaya gaji karyawan yang terlibat dalam berbagai bagian, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang terkait dengan proses produksi. Bustami & Nurlela (2009: 4) mendefinisikan biaya produksi sebagai biaya yang terlibat dalam seluruh proses produksi, meliputi bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik. Biaya produksi ini dapat diidentifikasi dalam konteks produk sebagai bagian integral dari persediaan.

Bab 12

Membuat Model Iklan dalam Bentuk Media Sosial atau Aplikasi Sederhana

A. Membuat Model Iklan dalam Bentuk Media Sosial

Perkembangan teknologi di era digital saat ini telah memberikan berbagai kemudahan bagi kehidupan kita, misalnya meningkatnya efektifitas media sosial sebagai alat promosi pemasaran (Dwijayanti, et.al., 2023). Jika di masa lalu iklan hanya bisa dibuat dan ditampilkan pada media konvensional seperti televisi, radio, koran, majalah, dan reklame, kini teknologi digital memperluas jangkauan dan ragam media periklanan secara signifikan. Internet dan berbagai *platform* media sosial seperti *Facebook, X/Twitter, Instagram, TikTok, YouTube* dan aplikasi lainnya menjadi wadah baru untuk membuat dan menyebarkan beragam model iklan bagi berbagai kepentingan. Dengan menggunakan berbagai fitur dan fasilitas yang ditawarkan oleh *platform-platform* tersebut, para pelaku bisnis, usahawan, individu kreatif, dan organisasi dapat membuat konten iklan digital yang menarik dan interaktif dengan lebih mudah.

Pemasaran digital dapat membantu perusahaan dalam mempromosikan dan memasarkan produk dan jasa dan dapat membuat atau membuka pasar-pasar baru yang sebelumnya tertutup karena adanya keterbatasan waktu, cara komunikasi, maupun jarak (Purnomo, 2019). Alhasil keberadaan media sosial ini harus benar-benar kita manfaatkan dengan baik. Selain itu, perusahaan dapat memanfaatkan berbagai fitur terkini seperti riset dan analitika pengguna yang ditawarkan oleh *platform* digital untuk menasar pasar dan mengatur strategi kampanye iklan yang lebih efektif. Agar iklan mampu mencapai khalayak yang relevan dan membidik user yang potensial bagi produk atau jasa yang ditawarkan. Kemampuan untuk menjangkau pasar secara spesifik, fleksibilitas dalam beriklan, serta kemudahan melacak dan mengukur performa iklan inilah yang membuat periklanan berbasis digital semakin populer dan makin dilirik para pelaku bisnis dan merek untuk meningkatkan *branding* serta *awareness* produk. Dengan demikian, periklanan via media sosial dan *platform* digital dapat menjadi solusi strategis dan efektif untuk menaikkan ekuitas dan *branding* merek bisnis kita saat ini.

Banyak sekali media sosial yang dapat Anda gunakan sebagai sarana promosi bisnis kesehatan anda, mulai dari *X/Twitter, Instagram, TikTok, dan YouTube*. Berikut langkah-langkah yang dapat Anda ikuti untuk mulai mempromosikan bisnis Anda di media sosial, yaitu:

1. Menetapkan tujuan

Anda perlu menetapkan tujuan promosi media sosial yang jelas dan terukur. Misalnya, apakah tujuan Anda adalah meningkatkan *awareness* terhadap merek dan

Bab 13

Bentuk-bentuk Usaha dan Syarat-syarat Pendirian

A. Rumah Sakit

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI), rumah sakit adalah gedung tempat merawat orang sakit atau gedung tempat menyediakan dan memberikan pelayanan kesehatan yang mencakup berbagai masalah kesehatan. Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2020 tentang Klasifikasi dan Perizinan Rumah Sakit Pasal 1 Angka (1), Rumah Sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat. Menurut *World Health Organization* (WHO), rumah sakit merupakan lembaga yang menjadi bagian penting dari struktur organisasi kesehatan dan sosial. Fungsinya adalah menyelenggarakan layanan kesehatan yang komprehensif, termasuk upaya kuratif dan preventif, untuk pasien yang menjalani perawatan di luar rumah sakit maupun di dalamnya melalui kegiatan pelayanan medis dan perawatan.

Rumah Sakit terbagi dalam beberapa klasifikasi. Berdasarkan jenis pelayanan yang diberikan, Rumah Sakit dikategorikan dalam Rumah Sakit Umum dan Khusus. Rumah Sakit Umum diklasifikasikan menjadi: Rumah Sakit Umum Kelas A, B, C, dan D. Rumah Sakit Umum Kelas D kemudian diklasifikasikan lagi menjadi Rumah Sakit Umum Kelas D dan Rumah Sakit Umum Kelas D pratama. Sedangkan, Rumah Sakit Khusus, diklasifikasikan menjadi Rumah Sakit Khusus Kelas A, B dan C.

Adapun persyaratan mendirikan rumah sakit, yaitu:

1. Persyaratan teknis
 - a. Bangunan dan prasarana Rumah Sakit harus memenuhi standar yang ditetapkan oleh Kementerian Kesehatan.
 - b. Tenaga medis dan non-medis yang bekerja di Rumah Sakit harus memiliki surat tanda registrasi (STR) dan surat izin praktik (SIP) atau surat izin kerja (SIK).
 - c. Rumah Sakit harus memiliki peralatan medis dan non medis yang memadai sesuai dengan jenis dan kelas Rumah Sakit.
 - d. Rumah Sakit harus memiliki sistem dan prosedur pelayanan kesehatan yang memenuhi standar yang ditetapkan oleh Kementerian Kesehatan.
2. Persyaratan administratif
 - a. Surat permohonan pendirian
 - b. KTP pemilik.
 - c. NPWP

Bab 14

Strategi Bisnis (*Business Plan*)

A. Strategi Bisnis (*Business Plan*)

1. Pengertian Strategi Bisnis (*Business Plan*)

Bicara bisnis sama dengan bicara strategi. Tindakan pertama yang harus dilakukan dalam membangun sebuah usaha, baik untuk perusahaan kecil maupun besar adalah dengan membuat strategi yang matang. Perencanaan bisnis (*business plan*) merupakan rencana strategis yang akan diterapkankan untuk dapat mencapai target yang telah ditetapkan. Menurut Bygrave (1994), rencana bisnis adalah dokumen yang dibuat oleh pengusaha dengan bimbingan penasihat profesionalnya. Dokumen ini berisi informasi lengkap tentang masa lalu, situasi saat ini, dan prediksi masa depan perusahaan. Di dalamnya terdapat analisis mengenai manajemen, kondisi fisik gedung, karyawan, produk, sumber pendanaan, serta informasi seputar perjalanan perusahaan dan posisi pasar. Rencana bisnis juga mencakup rincian keuangan seperti keuntungan, neraca, dan proyeksi arus kas untuk dua tahun ke depan. Dokumen ini dapat berbentuk rencana jangka pendek atau jangka panjang, yang pertama kali mencakup tiga tahun sebagai peta perjalanan yang akan diikuti oleh pengusaha.

Pendapat serupa juga dikemukakan oleh Hisrich & Peter, perencanaan bisnis, atau yang dikenal sebagai rencana bisnis, adalah dokumen tertulis yang disiapkan oleh seorang wirausaha. Dokumen ini menggambarkan semua aspek yang relevan baik dari internal maupun eksternal perusahaan, dengan tujuan untuk memulai usaha (Alma, 2004). *Business plan* dirancang untuk merencanakan jalannya perusahaan dalam periode tertentu (Ford, et.al., 2007). Melalui hal itu kita mampu melihat betapa pentingnya dokumen ini sebagai acuan bagi pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya.

Di samping itu, Supriyanto (2009) menjelaskan, perencanaan usaha adalah seluruh proses yang melibatkan kegiatan yang akan dilakukan di masa depan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Langkah ini sangat vital, karena perencanaan usaha berfungsi sebagai panduan kerja bagi seorang wirausaha. Umumnya, perencanaan usaha mencakup pengaturan proses kegiatan seperti produksi, pemasaran, penjualan, perluasan usaha, keuangan, pembelian, manajemen tenaga kerja, dan pengadaan peralatan. Menurut Foeh (2020), *business plan* adalah dokumen tertulis yang merinci rencana seorang pengusaha atau perusahaan dalam memanfaatkan peluang-peluang usaha yang ada di lingkungan eksternal perusahaan. Dokumen ini juga menjelaskan keunggulan bersaing dari usaha tersebut serta langkah-langkah yang diperlukan untuk mengubah peluang usaha menjadi suatu usaha yang nyata.

Berdasarkan dari beberapa pengertian di atas maka dapat disimplkan bahwa perencanaan bisnis (*business plan*) adalah dokumen tertulis yang berisi rencana strategis dan

Bab 15

Analisis SWOT Unit Usaha Bidang Kesehatan

A. Pengertian, Komponen, Fungsi, Manfaat dan Tujuan Analisis SWOT

1. Pengertian analisis SWOT

SWOT merupakan akronim dari kata *strengths* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman). Menurut Kotler & Keller (2012), analisis SWOT merupakan suatu metode perencanaan strategis yang dibagi menjadi dua aspek, yakni faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal merujuk pada elemen-elemen dari luar organisasi yang berperan dalam memantau lingkungan mikro dan makro ekonomi, dengan fokus pada peluang dan ancaman yang terkait. Di sisi lain, faktor internal melibatkan evaluasi terhadap kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) perusahaan. SWOT seringkali digunakan sebagai suatu kerangka kerja dalam mengevaluasi sebuah organisasi, baik yang berorientasi pada keuntungan maupun non-keuntungan. Tujuan utamanya adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang kondisi organisasi secara menyeluruh (Fahmi, 2015).

Fredy Rangkuti (Rachmat, 2014) mengemukakan bahwa analisis SWOT adalah suatu proses identifikasi faktor-faktor secara sistematis guna merumuskan strategi perusahaan. Pendekatan ini melibatkan pengkajian interaksi antara elemen-elemen internal, yakni kekuatan dan kelemahan, dengan unsur-unsur eksternal seperti peluang dan ancaman. Sementara itu, Gürel & Tat (2017) menyatakan bahwa SWOT bertujuan untuk membandingkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Evaluasi kekuatan dan kelemahan dilakukan untuk memahami potensi peluang dan ancaman pada waktu sekarang maupun di masa depan. Pengetahuan yang lebih mendalam mengenai kekuatan dan kelemahan akan mengurangi peluang yang terlewatkan. Dengan demikian, peluang yang menguntungkan dapat dimanfaatkan untuk menanggulangi ancaman, sementara kelemahan dapat diatasi melalui kekuatan perusahaan.

Analisis SWOT melibatkan usaha-usaha dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi kinerja perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari berbagai sumber, seperti pelanggan, pemasok, dokumen pemerintah, sektor perbankan, dan mitra bisnis lainnya. Banyak perusahaan memanfaatkan layanan lembaga pemindaian untuk mendapatkan klipings surat kabar, melakukan riset *online*, dan melakukan analisis terhadap tren domestik dan global yang saling berhubungan (Nisak 2013:2).

Berdasarkan dari pengertian beberapa ahli di atas, maka dapat di simpulkan bahwa SWOT adalah sebuah teknik atau metode analisis yang biasa digunakan perusahaan untuk

Daftar Pustaka

- Abdurohim, Didin., Novendra, Afief Maula., Ramdan, Andry Mochamad., & Mulya, M Tirta. 2023. *Model Industri Kreatif Mahasiswa Berbasis Sistem Maklon untuk Menciptakan Wirausaha Baru*. Bandung: Kimfa Mandiri.
- Abidin, Zaenal & Hayati, Nurul. 2020. *Kewirausahaan dan Bisnis untuk Keperawatan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Adnan, Indra Muchlis., Hamim, Sufian., & Ramon, Tiar. 2016. *Hukum Bisnis*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Afiyah, Abidatul., Saifi, Muhammad., & Dwiatmanto. 2015. "Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian Home Industry." *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol 23. No. 01. 1-11.
- Afriyadi, Achmad Dwi. 2023. "Kisah Sukses Ciputra, Raja Properti yang Lolos dari Jeratan Krisis." *Detik.com*. Rubrik sosok. Edisi Rabu, 21 Juni 08:00 WIB. <https://finance.detik.com/>. Diakses Jumat, 15 Desember 2023, 11:33 WIB.
- Aldy, Rochmat., Riawan, Purnpomo., & Sugianto, La Ode. 2017. *Studi Kelayakan Bisnis*. Ponorogo: UMPO Press.
- Alma, Buchari. 2003. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2006. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alserhan, Baker Ahmad. 2010. "Islamic Branding : A Conceptualization." *Journal of Brand Management*, vol. 18. No. 1. 34-49.
- Andayani, Ayu Triworo. 2021. "10 Fungsi, Manfaat dan Keuntungan Memiliki Website Yang Perlu Anda Ketahui." *TONJOO*. Rubrik umum. Edisi Senin, 02 Agustus. <https://tonjoo.com/>. Diakses Selasa, 09 Januari 2024, 09:04.
- Anggraini, Riandradini Kusuma. 2021. "Analisis Biaya Standar Sebagai Alat Pengendalian Biaya Produksi pada UMKM Cempaka Lampion di Kelurahan Jodipan, Kecamatan Blimbing, Kota Malang." *Skripsi*. Malang: STIE Malangkecewara.
- Anita, Siska Yulia., Kustina, Ketut Tanti., Wiratikusuma, Yohana., Sudirjo, Frans., Sari, Devita., Nurchayati., Rupiwardani, Irfany., Ruswaji., Nugrogo, Lucky., Rakhmawati, Intan., Harahap, Aderina Kusumawati., Anwar, Syaiful., Apriani, Erna., & Sucandrawati, Ni Luh Ketut Ayu Sudha. 2023. *Manajemen Risiko*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Anoraga, Panji., & Sudantoko, Djoko. 2002. *Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arep, Ishak & Tanjung, Hendri. 2004. *Manajemen Motivasi*. Jakarta: Grasindo.

- Arief, Harits Mufqi. 2019. "Business Ethic and Good Governance (Be & Gg) Etika Bisnis Pada PT. Sucaco Tbk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, vol. 1. No. 2. 153-161.
- Arni, Yusni. 2018. "Persentase Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja, Biaya Overhead Pabrik Terhadap Harga Pokok Produksi Pada PT. Maju Tambak Sumur." *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, vol. 2. No. 1.
- Arta, I Putu Sugih., Satriawan, Dewa Gede., Bagiana, I Kadek., Loppies, Yerrynaldo S. P., Shavab, firli Agusetiawan., Mala, Chajar Matari fath., Sayuti, Abdul Malik., Safitri, Denada Agnes., Berlianty, Teng., Julike, Widia., Wicaksono, Galih., Marietza, Fenny., Kartawinata, Budi Rustandi., & Utami, Fiesty. 2021. *Manajemen Risiko: Tinjauan Teori dan Praktis*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Arta, I Putu Sugih., Satriawan, Dewa Gede., Bagiana, I Kadek., Loppies, Yerrynaldo., Shavab, Firli Agusetiawan., Mala, Chajar Matari Fath., Sayuti, Abdul Malik., Safitri, Denanda Agnes., Berlianty, Teng., Julike, Widia., Wicaksono, Galih., Marietza, Fenny., Kartawinata, Budi Rustandi., & Utami, Fiesty. 2021. *Manajemen Risiko*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- AS/NZS 4360-1999 (The Australian/New Zealand Standard. 2004. *Risk Management guidelines*.
- Assauri, Sofjan. 1987. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali.
- Assauri, Sofjan. 2008. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: LPFE Universitas Indonesia.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Assauri, Sofjan. 2016. *Manajemen Operasi Produksi Pencapaian Sasaran Organisasi Berkesinambungan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ayesha, Ivonne., Pratama, I Wayan Adi., Hasan, Syahril., Amaliyah., Effendi, Nur Ika., Yusnanto, Tri., Wiwyarthi, Ni Desak Made Santi., Utami, Ristianawati Dwi., firdaus, Adhy., Mulyana, Mumuh., Fitriana., Norhidayati., & Egim, Ash Shadiq. 2022. *Digital Marketing: Tinjauan Konseptual*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Bakhri, Syaiful. 2020. "Hukum Kesehatan, Pertautan Norma Hukum dan Etika." *Studium General at the Faculty of Public Health, University of Muhammadiyah Jakarta*, 15.
- Baumol, William J. 1990. "Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive." *Journal of Political Economy*, vol. 98, No. 5. 893-921.
- Bertens, K. 2000. *Pengeantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius.
- Bikard, Michael., & Stern, Scott. 2011. "Review of The invention of enterprise: Entrepreneurship from ancient Mesopotamia to modern times." *Journal of Economic Literature*, vol. 49. No. 1. 164-68.

- Bustami, Bastian., & Nurlela. 2009. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Bygrave, William D. 1994. *The Portable MBA in Entrepreneurship*. New York: John. Willey & Sons, Inc.
- Bygrave, William D., & Zacharakis, Andrew. 2011. *Entrepreneurship*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Carter, William K. 2009. *Akuntansi biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Case, Steve. 2017. *The Third Wave: An Entrepreneur's Vision of the Future*. New York: Simon & Schuster.
- Chaffey, Dave. 2002. *E-Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice (4th ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Chell, Elizabeth. 2008. *The Entrepreneurial Personality, A Social Construction*. Sussex: Routledge.
- Coviello, Nicole E., Milley, Roger. & Marcolin, Barb. 2001. "Understanding IT-Enabled Interactivity in Contemporary Marketing." *Journal of Interactive Marketing*, vol.15. No. 4. 18-33.
- Daft, Richard L. 2009. *Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Damodaran, Aswath. 2003. *Investment Philosophies: Successful Strategies and the Investors Who Made Them Work*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Darmawi, Herman. 2016. *Manajemen Risiko*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Darajah, Zakiyah., Quro'i, M. Didanul., & Dewi, Dita Kartika. 2018. "Peran Kewirausahaan dalam Pertumbuhan Ekonomi Islam di Indonesia." *Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam*, vol. 8. No. 2. 218-253.
- David, F. 2011. *Manajemen Strategis-Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, Fred R. 2005. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Deal, Belinda., & Grimes, Jennifer. 2015. A Dual Conversation about Mentoring: Undergraduate Student Faculty Perspectives. *Imprint*, vol 63. No. 2.
- Depkes RI. 2002. Keputusan Menkes RI No. 228/MENKES/SK/III/2002 tentang Pedoman Penyusunan Standar Pelayanan Minimal Rumah Sakit Yang Wajib Dilaksanakan Daerah.
- Dhewanto, Wawan., Mulyaningsih, Hendrati Dwi., Permatasari, Anggraeni., Anggadwita, G., & Ameka, I. 2014. *Manajemen Inovasi: Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Dionne, Georges. 2013. "Risk Management: History, Definition, and Critique." *Risk Management and Insurance Review*, vol. 16. No. 2. 147-166.

- Direktorat Jenderal Kefarmasian dan Alat Kesehatan. 2021. *Pedoman Manajemen Perubahan Izin Edar Alat Kesehatan dan Alat Kesehatan Diagnostik in Vitro*. Jakarta: Kementerian RI.
- Diyanti, Yulihar. 2018. "Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Tahu di Desa Hajoran Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan." *Skripsi*. Medan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Drucker, Peter, F. 1959. *Innovation and Entrepreneurship Practice and Principles*. New York: Harper & Row Publishers.
- Dwijayanti, Andina., Komalasari, Rita., Harto, Budi., Pramesti, Puji., & Alfaridzi, M. Wildan. 2023. "Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi dan Pemasaran pada UMKM Sablon Anggi Screen di Era Digital." *Ikra-Ith Abdimas*, vol. 6. No. 2. 68-75.
- Echdar, S, Maryadi. 2019. *Business Ethics and Entrepreneurship: Etika Bisnis Dan Kewirausahaan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ellitan, Lena., & Anatan, Lina. 2009. *Manajemen Inovasi Trnasformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia*. Bandung: Alfabeta.
- Entrepreneurial Behavior & Research*, vol. 6. No. 3. 160-175.
- Ernawan, Erni R. 2011. *Organizational Culture Budaya Organisasi dalam Perspektif Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Esmianti, Farida., Kurniyati, Eka, Weni Indah Purnama., & Sipahutar, Lydiya. 2021. "Postpartum Acuyoga sebagai Peluang Usaha Mandiri Bidan di Era Millenial Prodi Kebidanan Curup Tahun 2020: Postpartum Acuyoga." *RAMBIDEUN: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 4. No. 3. 123-132.
- Fachrurazi, & Nurcholifah, Ita. 2021. *Kewirausahaan (Teori dan Praktek)*. Pontianak: IAIN Pontianak Press.
- Fahmi, Irham. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Fahmi, Irham. 2015. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Fatchurrohman & Ruwandi. 2018. "Model Pendidikan entrepreneurship di Pondok pesantren." *Penelitian Sosial Keagamaan*, vol. 12. No. 2. 395-416.
- Ferrel, O.C & Harline, Michael D. 2005. *Marketing Strategy*. South Western: Thomson Corporation.
- Fithriyana, Rinda. 2017. *Kewirausahaan*. Kampar: Universitas Pahlawan.
- Foeh, John. E. H. J. 2020. *Perencanaan Bisnis (Business Plan): Aplikasi Dalam Bidang Sumberdaya Alam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ford R. Brian, Bornstein M. Jay., & Pruit T. Patrick. 2007. *The Ernst & Young Business Plan Guide*. Jakarta: Ufukpress Cahaya Insan Suci.

- Fuad, M, H Christine, Nurlela, Sugiarto, & Paulus Y. E. F. 2006. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Fuady, Munir. 2005. *Perbandingan Hukum Perdata*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- George, Foster. 1986. *Financial Statement Analysis*. Singapore: Prentice-hall.
- Gurel, E. & E. Tat. 2017. "SWOT Analysis: A Theoretical Review." *The Journal Of International Social Research*, vol. 10. No. 51. 6-11.
- Gusriardi, Nano. 2019. "Manajemen Resiko Jasa Service Sparepart Komputer pada Gama Komputer Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah." *Skripsi*. Pekanbaru: Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Handayani, Sih. Rini. 2019. *Dokumentasi Kebidanan: Bahan Ajar Kebidanan*. Kemkes BPPSDM.
- Handyaningrat, Soewarno. 2007. *Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen*. Jakarta: Bina Aksara.
- Handoko, T. Hani. 2001. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Hansen, Don R., & Mowen, Maryanne M. 2012. *Manajemen Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Harahap, Baru., & Prima, Argo Putra. 2019. Pengaruh Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Langsung Dan Factory Overhead Cost Terhadap Peningkatan Hasil Produksi Pada Perusahaan Kecil Industri Tahu Tempe Di Kota Batam. *Jurnal akuntansi barelang*, vol. 4. No. 1. 12-20.
- Harimurti, Fadjar. 2006. "Manajemen Risiko, Fungsi dan Mekanismenya." *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, vol. 6. No. 1.
- Harjito, Agus., & Martono. 2008. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Harmaizar, Zaharuddin. 2008. *Menangkap Peluang Usaha*. Bekasi: Dian Anugerah Prakasa.
- Haromin, Imam., Ulum, Bahrul., & Aziz, Abd. 2020. "Pengolahan Jahe Pandan Menjadi Produk Minuman Herbal (Japan) untuk Meningkatkan Kualitas SDM Ekonomi Kreatif di Desa Kampak Kecamatan Geger." *Dharma: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 1. No. 1. 49-60.
- Hartini, Yustina Sri., & Sulasmono. 2007. *Apotek: Ulasan Beserta Naskah Peraturan Perundang-Undangan Terkait Apotek Termasuk Naskah dan Ulasan Permenkes tentang Apotek Rakyat*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Hartono, Sri Redjeki. 1995. *Hukum Asuransi dan Perusahaan Asuransi*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Hasibuan, Malayu. 2006. *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara

- Hebert, Robert F., & Link, Albert N. 1988. *The Entrepreneur: Mainstream Views and Radical Critiques*. New York: Praeger Publishers.
- Hebert, Robert F., & Link, Albert N. 2007. *Historical Perspectives on the Entrepreneur*. Maryland: Now Publisher.
- Hendro. 2011. *Dasar-dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Herjanto, Eddy. 2008. *Manajemen Operasi*. Jakarta: Grasindo.
- Hicham., & Ibnalkadi, Mohamed. 2021. *Introduction to Enterprise & Model Risk Management*. New Delhi: 501 Non-Fiction Series Book 17.
- Hisrich, Robert D., & Peters, Michael P. 1995. *Entrepreneurship*. Edisi ke-3. New York: Mc Graw Hill Education.
- Hisrich, Robert D., Peters, Michael P & Shepherd, Dean A. (2005). *Entrepreneurship Sixth Edition International Edition*. Boston: McGraw Hill.
- Hisrich, Robert D., Peters, Michael P & Shepherd, Dean A. 2008. *Entrepreneurship*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hurriyati, R. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Ibrahim, Bafadal. 2004. *Manajemen Perlengkapan Sekolah Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ichsan, Reza Nurul., Nasution, Lukman., & Sinaga, Sarman. 2019. *Studi Kelayakan Bisnis*. Medan: Manhaji.
- Idayanti, Soesi. 2020. *Hukum Bisnis*. Yogyakarta: Tanah Air Beta.
- Idroes, Ferry, 2008. *Manajemen Risiko Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Imamah. 2012. *Perencanaan Bidang Praktek Mandiri (BPM)*.
- Imani, M. Fathrezza., Fikri, M. Khoirul., & Filzah, Almas. 2022. "Pengaruh Kreatif, Inovasi dan Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Daya Beli Konsumen." *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, vol. 2. No. 1. 117-138.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irfayanti, Deni., & Ningsih, Putri Wahyu. 2020. "Kemandirian Pangan dengan Pembuatan Budikdamber (Budidaya ikan dalam ember) di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi." *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat*, vol. 1. No. 4. 350-355.
- Iriantara, Yosol. 2004. *Manajemen Strategis Public Relations*. Jakarta: Ghalia.
- Ismail, Solichin. 2007. *Memahami Business Plan*. Jakarta: Salemba.

- Jannah, Khairul., & Handayani, Erwin Yuli. "Pengaruh Etika Bisnis Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan (Studi di KSPPS BTM Sang Surya Pamekasan)." *Competence: Journal of Management Studies*, vol. 13. No. 1. 1-16.
- Jumingan. 2014. *Studi Kelayakan Bisnis Teori dan Pembuatan Proposal Kelayakan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kadir, Abdul W. 2007. "Analisis Kelayakan Finansial Usaha Pengolahan Nira Lontar Menjadi Produk Nata." *Jurnal Penelitian Sosial dan Ekonomi Kehutanan*, 341-355.
- Kamaluddin. 2004. *Studi Kelayakan Bisnis*. Malang: Dioma.
- Kardoyo, Setiaji. K., & Widiyanto. 2017. *KEWIRAUSAHAAN: Kajian Manajemen Keuangan Bagi Wirausaha Pemula*. Semarang: LPPM Universitas Negeri Semarang.
- Kasidi. 2010. *Manajemen Risiko*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kasmir & Jakfar. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2014. *Bank dan Lembaga Keuangan lainnya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Keraf, A. Sonny. 1998. *Etika Bisnis (Tuntutan dan Relevansinya)*. Yogyakarta: Kanisius.
- Kiessling, Timothy S., & R. Glenn Richey. 2004. "Examining the Theoretical Inspirations of A Management Guru." *Management Decision*, vol. 42. No. 10. 69-83.
- Kodrat, David Sukardi. 2009. *Manajemen Distribusi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip., & Armstrong, Gary. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Kotler, Phillip & Keller, Kevin Lane. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kountur, Ronny. 2004. *Manajemen Risiko Operasional: Memahami Cara Mengelola Risiko Operasional Perusahaan*. Jakarta: PPM.
- Kuswadi. 2007. *Analisis Keekonomian Proyek*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Landstrom, Hans. 2005. *Pioneers in Entrepreneurship and Small Business Research*. Boston: Springer.
- Laras, Arina. 2023. "Kisah Jonathan Sudharta, Pendiri Halodoc yang Pernah jadi Sales Obat." *Bisnis.com*. Rubrik entrepreneur tokoh bisnis. Edisi Rabu, 15 Februari 14:08. <https://entrepreneur.bisnis.com/>. Diakses Senin, 18 Desember 2023, 08:46 WIB.
- Larsen, Povl., & Lewis, Alan. 2007. "How Award-Winning Smes Manage the Barriers to Innovation." *Creativity and Innovation Management*, vol. 16. No. 2, 142-151.
- Lupiyoadi. 2019. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi I. Jakarta: Salemba Empat.
- Machfoedz, Mahmud. 2005. *Kewirausahaan: Metode, Manajemen, dan Implementasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Manullang. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta: Ghalia Indonesia.
- Marwansyah. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Maslow, Abraham H. 2000. "A Theory of Human Motivation." *Classics in Management Thought-Edward Elgar Publishing*, vol 50. 370-396.
- Meredith, Geoffrey, G., Nelson, Robert E., & Nick, Philip A. 1996. *Kewirausahaan Teori Dan Praktek*. Penerjemah, Andre Asparsayogi. Jakarta: PT. Pustaka Binaman Presindo.
- Miller, Michael. 2002. *Alpha Teach Yourself Business Plan in 24 Hours*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Mintardjo, Christoffel Mardy O. 2017. *Pengantar Ilmu Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil Pemula, Latar Belakang, Teori, Terapan dan Kasus*. Edisi 1. Manado: Unsrat Press.
- Mintardjo, Christoffel Mardy O., Sudiro, Achmad., Mintarti, Rahayu., & Sudjatno. 2019. "Evolusi Usaha Kewirausahaan: Startup dari Masa Lalu sampai ke Masa Depan." *Prosiding Simposium Nasional Filsafat Ilmu Ekonomi dan Bisnis*. Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Mok et al. (1996). *Manfaat Penerapan Manajemen Risiko*.
- Mubasit. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Lampung: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Raden Intan Lampung.
- Muhammad. 2005. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMPYKPN.
- Mujahidin, Akhmad. 2014. *Ekonomi Islam 2*. Pekanbaru: Al-Mujtahadah Press.
- Mukhoiyaroh, Umi. 2021. "Analisis Manajemen Risiko pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Batu Bata Merah di Kecamatan Donorojo Jepara." *Skripsi*. IAIN Kudus.
- Mulyadi. 2007. *Akuntansi Biaya*. Edisi ke-5. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Mulyadi. 2009. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: STIE YPKPN.

- Muslich. 2004. *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Ekonisia.
- Muslim, Moh. 2017. "Urgensi Etika Bisnis di Era Digital." *Esensi*, vol. 20. No. 2. 148-158.
- Musnaini., Suherman., Wijoyo, Hadion., & Indrawan, Irjus. 2020. *Digital Marketing*. Banyumas: Pena Persada.
- Musthafa. 2017. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Mutiarasari, Aisyah. 2018. "Peran Entrepreneur Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi dan Mengurangi Tingkat Pengangguran." *Dinar: Jurnal Prodi Ekonomi Syariah*, vol. 1. No. 2. 51-75.
- Nafarin. 2014. *Penganggaran Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nirwana. 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa*. Malang: Dioma.
- Nisak, Zuhrotun. 2013. "Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif." *Jurnal Ekbis*, Vol. 9. No. 2.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2009. *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nugroho, A. 2015. "Analisis SWOT pada RSUD Saras Husada Purworejo." *Skripsi*. Program Studi Pemasaran Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nugroho, Arissetyanto., & Arijanto, Agus. 2015. *Etika Bisnis: Pemahaman Teori Secara Komprehensif dan Implementasinya*. Bogor: IPB Press.
- Nugroho, Bagus Prihantoro. 2015. "Pangeran Charles pun Takjub dengan Asuransi Sampah Dokter Gamal Albinsaid." *Detik.com*. Rubrik berita. Edisi Selasa, 30 Juni 10:54 WIB. <https://news.detik.com/>. Diakses Kamis, 18 Januari 2024, 13:21 WIB.
- Nuraini, Indria. 2015. "Mutu Pelayanan Bidan Praktek Mandiri Kota Surabaya." *Embrio: Jurnal Kebidanan*, vol. 7, 22-43.
- Nurohman, Dede. 2022. "Konsep Risiko Bisnis dalam Islam dan Relevansinya bagi Praktik Mudarabah pada Lembaga Keuangan Syariah." *Risalah, Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, vol. 8. No. 1. 130-147.
- Pandia, Frianto. 2012. *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank*. Jakarta: Rineka Cipta, 2012.
- Panjaitan, Roymon. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Sukarno Pressindo.
- Parellangi, Andi, 2018. *Home Care Nursing: Aplikasi Praktek Berbasis Evidence Based*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Patimah, Septawati., Wiska, Mayroza., & Gusteti, Yesi. 2022. "Pengaruh Pendidikan dan Pelatihan Kewirausahaan Terhadap Minat Masyarakat Berwirausaha (Studi Kasus di Balai Latihan Kerja Kabupaten Bungo)." *Manajemen Dewantara*, vol. 6. No. 2, 143-152.
- Pearce, John A., & Robinson, Richard B. 2013. *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.

- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Sektor Kesehatan.
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2020 tentang Klasifikasi dan Perizinan Rumah Sakit.
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2014 tentang Klinik.
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2017 tentang Apotek.
- Perelman, Michael. 1995. "Retrospectives Schumpeter, David Wells, and Creative Destruction." *Journal of Economic Perspectives*, vol. 9. No. 3. 189-97.
- Podzines, Oskars., & Romanovs, Andrejs. 2017. "IT Risk Identification and Assessment Methodology." *Environment Technology Resources Proceedings of the International Scientific and Practical Conference*, vol. 2. No. 124.
- Pomantow, Rinaldy. A. P., Tumbuan, Willem. J. F. A, & Loindong, Sjendry. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Daya Beli Bahan Bakar Jenis Pertalite (Studi Pada Konsumen Pt. Pertamina (Persero) Manado)." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, vol. 7. No. 1. 521-530.
- Potter, Patricia A., & Perry, Anne G. 2009. *Fundamental Keperawatan*. Jakarta: Salemba Medika.
- Pranatasari, Fransisca Desiana., Hartono, Wendra., & Kusuma, Meidiahna. 2019. "Peran Mentor dalam Proses Pembelajaran Kewirausahaan bagi Penyandang Disabilitas." *Research of DeReMa: Development Management*, vol. 14. No. 2. 189-209.
- Praptono, Eddhie. 2021. *Pengantar Hukum Bisnis*. Yogyakarta: Tanah Air Beta.
- Prawiro, Soeharto. 1997. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Prawirosentono, Suyadi. 2001. *Manajemen Operasi, Analisis dan Studi Kasus*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Purnamasari, S., Purboyo., Mulyani., Aryani, Lina., Fitriana, Zulfikar, Rizka., Triwardhani, Syahputra Diana., Oktayani, Dewi., Puta, Angga Ranggana., Malihah, Lola., Wisudawaty, Priska., & Aruyani, Nafiah. 2022. *Perencanaan Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Purnomo, Fajrin. 2019. "Program Ladit (Lapak Digital) : Optimalisasi Media Digital sebagai Wadah dalam Pengembangan Umkm di Madura." *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, vol. 6. No. 2. 89-95.
- Putra, L. G. N. A. B. 2017. "Analisis swot Sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan pada ud. Kacang Sari di Desa Tamblang." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*. Vol. 9 No. 2. 397-407.
- Putri, Budi Rahayu Tanama. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bali: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.

- Qardhawi, Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam, terj. Zainal Arifin dan Dahlia Husin*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Rachmat. 2014. *Manajemen Strategik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Rahayu, T. Puji. 2019. *Pelaku Kegiatan Ekonomi*. Semarang: Alprin.
- Rahmat, Biki Zulfikri. 2017. "Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam." *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, vol. 1. No. 1. 98-113.
- Ramli, Soehatman. 2010. *Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja OHSAS 18001*. Jakarta: Dian Rakyat.
- Rauf, Abdul., Manullang, Sardjana Orba., S, Tri Endi Ardiansyah P, Diba, Farah., Akbar, Ilham., Awaludin, robi., Muniarty, Puji., Firmansyah, Hamdan., Mundzir, Ahmad., Manalu, Vigory Gloriman., Depari, Genesis Sembiring., Rahajeng, Elsy., Apriyanti, Metha Dewi., Riorini, Sri Vandayuli., & Yahawi, Seleman Hardi. 2021. *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*. Cirebon: Insania.
- Respati, H. (2009). "Sejarah Konsepsi Pemikiran Kewirausahaan." *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, vol. 5. No. 3. 211-223.
- Riskita, Amelia. 2022. "Istilah Bisnis yang Perlu Dipahami Pengusaha, Sudah Tahu?" *Beritausaha*. Rubrik bisnis & E-commerce. Edisi Jumat, 9 September. <https://beritausaha.com/>. Diakses Jumat, 19 januari 14:55 WIB.
- Rismiati, 2011. *Stretegi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Robehmed, Natalie. 2013. *What Is A Startup?* Forbes News Online: Media and Entertainment.
- Rohman, Abd. 2017. *Dasar Dasar Manajemen*. Malang: Inteligensia Media.
- Rokan, Mustapa Khamal., & Zulham. *Pengantar Hukum Bisnis: Teks Ke Konteks*. Medan: FEBI UIN-SU Press.
- Roover, Raymond De. 1963. "The Scholastic Attitude Toward Trade and Entrepreneurship." *Explorations in Entrepreneurial History*, vol. 2. No. 1. 76-87.
- Ross, Alec. 2017. *The Industries of the Future*. New York: Simon & Schuster.
- Russell, Bertrand. 1945. *The History of Western Philosophy*. New York: Simon & Schuster.
- Rusu, Sergiu., Isac, Florin., Cureteanu, Radu., & Csorba, Lulela. 2012. "Entrepreneurship and entrepreneur: A review of literature concepts." *African Journal of Business Management*, vol. 6. No. 10. 70-75.
- Safroni. 2012. *Manajemen dan Reformasi Pelayanan Publik dalam Konteks Birokrasi Indonesia (Teori, Kebijakan, dan Implementasi)*. Yogyakarta: Aditya Media Publishing.
- Salim, Abbas. 1998. *Asuransi & Manajemen Risiko*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Saliman, Abdul R., Jalis, Ahmad., & Hermansyah. 2004. *Esensi Hukum Bisnis Indonesia*. Jakarta: Prenada Media.
- Sanjaya, Ridwan & Tarigan, Josua. 2009. *Creative Digital Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sanusi, Ahmad. 1994. *Menelaah Potensi Perguruan Tinggi untuk Membina Program Kewirausahaan dan Mengantar Pewirausaha Muda*. Makalah Seminar. Kopma IKIP.
- Sari, Dhea Kumala. 2022. "Kebermanfaatan Informasi Akuntansi dalam Penentuan Biaya Produksi pada Kilang Padi Pak Wawan di Lansat Kadap Kabupaten Pasaman." *Skripsi*. Padang: Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
- Sari, Siska Diana. 2018. "Perlindungan Hukum Pengguna Klinik Kecantikan Estetika dalam Perspektif Hak Konstitusional Warga Negara." *Citizenship Jurnal Pancasila dan Kewarganegaraan*, vol. 6. No. 2. 140-154.
- Satria, Salustra. 1994. *Pengukuran Kinerja Keuangan Perusahaan Usaha Dagang Asuransi Kerugian di Indonesia dengan Analisa Rasio Keuangan "Early Warning Sistem"*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Satriadi., Wanawir., Hendrayani, Eka., & Leonita Siwiyanti Nursaidah. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudara Biru.
- Schmeer, Kammi K., & Tarrence, Jacob. 2018. Racial-ethnic Disparities in Inflammation: Evidence of Weathering in Childhood?" *Journal of Health and Social Behavior*, vol. 59. No. 3. 411-428.
- Schwab, K. 2016. *The Fourth Industrial Revolution: What It Means and How to Respond*. Geneva: World Economic Forum.
- Schwab, Klaus. 2016. *The Fourth Industrial Revolution*. Geneva: World Economic Forum.
- Sedarmayanti. 2014. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Jakarta: Mandar Maju.
- Setiarni, Sri Endah. 2013. "Business Plan Sebagai Implementasi Kewirausahaan Pada Pembelajaran Ekonomi di SMA." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dinamika Pendidikan*, vol. 8, No. 2. 146-155.
- Setiawan, I Ketut Oka. 2016. *Hukum Perikatan*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Siagian, Salim. 1995. *Kewirausahaan Indonesia*. Jakarta: Puslatkop, PK Depkop & PPK.
- Siagian, Sondang P. 1995. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Siagian, Sondang P. 2012. *Fungsi-Ungsi Manajerial*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Siswati, Sri. 2013. *Etika dan Hukum Kesehatan dalam Perspektif Undang-Undang Kesehatan*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Situmorang, J. R. 2011. "Pemasaran Hijau yang Semakin Menjadi Kebutuhan dalam Dunia Bisnis." *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 7. No. 2.
- Skinner, Evancevich. 1992. *Business for the 21 St Century*. Nebraska: Homewood.
- Soemarso S. R. 2010. *Akuntansi: Suatu Pengantar*. Jakarta: Salemba Empat
- Sofyan, Iban. 2003. *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Solihin, Ismail. 2006. *Pengantar Bisnis, Pengenalan Peraktis dan Studi Kasus*. Jakarta: Kencana.
- Stoner, James AF, R. Edward Freeman., Daniel R. Gilbert, JR. 1995. *Management*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Sudana, I Made. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktek*. Jakarta: Erlangga.
- Sukarna. 2011. *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: Mandar Maju.
- Sukirno, Sadono. 2015. *Ekonomi Pembangunan: Proses, Masalah dan dasar Kebijakan*. Jakarta: Kencana.
- Sukirno, Sadono. 2015. *Makroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Suliyanto. 2010. *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sullivan, Robert. 2000. "Entrepreneurial Learning and Mentoring." *International Journal of*
- Sumarni, Murti., & Soeprihanto, John. 1995. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Yogyakarta: Liberty.
- Supardi., Endang, Sri Wahyuni., & Ratmaja, H. Lalu. 2022. "Inovasi Sistem Digital Pemasaran Produk Travel Agents." *Journal of Mandalika Review*, vol. 1. No. 1. 10-17.
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: In Media.
- Suparyanto, Wachyu. 2006. *Haruskah Bekerja atau Berwirausaha*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto, S. 2009. "Business Plan sebagai Langkah Awal Memulai Usaha." *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, Vol. 6. No. 1. 73-83.
- Supriyono. 2018. *Akuntansi Biaya dan Penentuan Harga Pokok*. Yogyakarta: BPEF.
- Suryana. 2003. *KEWIRAUSAHAAN: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryana. 2013. *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suseno, Frans Magnis. 1979. *Etika Umum: Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral*. Yogyakarta: Yayasan Kansius.

- Sutrisno, Edi. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sutrisno. 2009. *Manajemen Keuangan Teori, Konsep & Aplikasi*. Yogyakarta: Ekonosia.
- Swanson, Janice M. 1997. *Community Health Nursing: Promoting the Health of Aggregates*. Philadelphia: W.B.Saunders Company.
- Swastha, Basu. 2000. *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty..
- Swastha, Basu. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Swastha, Basu. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Syamsi, Ibnu. 1994. *Pokok-Pokok Organisasi dan Manajemen*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tanjung, Hendri. 1999. *Manajemen Motivasi*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Terry, George R. 1986. *Azas-azas Manajemen*. Bandung: Alumni.
- Terry, George R. 2003. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Thiel, Peter. 2014. *Zero to One: Notes on Startups or How to Build the Future*. New York: Crown Publishing Group.
- Tim Redaksi IDX Channel. 2022. "Kisah Founder Halodoc Jonathan Sudharta, Awal Karier Pernah Jadi Medrep." *IDX Channel*. Rubrik inspirator. Edisi 27 Juli 14:45 WIB. <https://www.idxchannel.com/>. Diakses Senin, 18 Desember 2023, 09:50 WIB.
- Tim Redaksi Tribun Pekanbaru. 2021. "Merryza Marianche, Sukses Jalani Usaha Layanan Kesehatan Homecare." *TribunPekanbaru*. Rubrik wiki. Edisi Minggu, 04 Juli 05:25. <https://tribunpekanbaruwiki.tribunnews.com/>. Diakses Senin, 18 Desember 2023, 08:34 WIB.
- Tim Redaksi VOI. 2023. "Melihat Prospek Bisnis Alat Kesehatan, Permintaan Tinggi setelah Pandemi." *VOI*. Rubrik ekonomi. Edisi 07 Juni, 05:13. <https://voi.id/>. Diakses Senin, 22 Januari 2023, 11:16 WIB.
- Tim Redaksi Wikipedia. 2023. "Gamal Albinsaid." *Wikipedia*. Rubrik wiki. Edisi Jumat, 01 Desember 02:55. <https://id.wikipedia.org/>. Diakses Rabu, 17 Januari 2024, 13:21 WIB.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- Torang, Syamsir. 2013. *Organisasi dan Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Tsauri, Sofyan. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jember: STAIN Jember Press.
- Ulumiyah, Nurul Hidayatul. 2018. "Meningkatkan Mutu Pelayanan Kesehatan dengan Penerapan Upaya Keselamatan Pasien di Puskesmas." *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, vol. 6. No. 2. 149-155.

- Ulus, Algrina Agnes. 2013. "Bauran Pemasaran Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu pada PT. Astra Internasional Manado." *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.4. 1134-1144.
- Umar, Husein. 2003. *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi 3. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, Husein. 2005. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan
- Urban, Glen. L. 2004. *Digital Marketing Strategy: Text and Cases*. Pearson Education.
- Usman, Husaini. 2008. *Manajemen: Teori, Praktik dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Usman, Husaini. 2009. *Manajemen Teori, Praktik dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Usman, Husaini. 2013. *Manajemen Teori, Praktik dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wardhana, Aditya. 2021. *Identifikasi dan Pengukuran Resiko*. Bandung: Telkom University.
- Wareza, Monica. 2019. "Kisah Ciputra: Kehilangan Ayah, Jadi Tulang Punggung, Sukses!" *CNBC Indonesia*. Rubrik market berita market. Edisi Rabu, 27 November 16:13. <https://www.cnbcindonesia.com/>. Diakses Jumat, 15 Desember 2023, 09:07 WIB.
- Warman, Djohan. 2000. *Kredit Bank*. Jakarta: Mutiara Sumber Widya.
- Wati, Andi Prasetyo., Martha, Jefry Aulia., & Indrawati, Aniek. 2020. *Digital Marketing*. Cetakan pertama. Malang: Edulitera.
- Weber, Max. 1930. *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. London: Allen and Unwin.
- Wibowo, Agus. 2011. *Pendidikan Kewirausahaan (Konsep dan Strategi)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wibowo, Novian., & Setiawan, Andreas Pandu. 2013. "Perancangan Interior Klinik Kecantikan Berbasis Eco-Design di Surabaya." *Jurnal Intra*, vol. 1. No. 2. 1-8.
- Widhari, Cokorda Istri Sri., & Sudarmini, Ni Made. 2022. *Buku Ajar Kewirausahaan*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Wijandi, Soesarsono. 1988. *Pengantar Kewiraswastaan*. Bandung: Sinar Baru.
- Wijatno, Serian. 2009. *Pengantar Entrepreneurship*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wijaya, Tony., Nurhadi., & Kuncoro, Andreas Mahendra. 2015. "Intensi Berwirausaha Mahasiswa: Perspektif Pengambilan Risiko." *Jurnal Siasat Bisnis*, vol. 19. No. 2. 109-123.
- Wijayanti, Irine Dian Sari. 2008. *Manajemen*. Yogyakarta: Mitra Cendikia Press.
- Williamson, Jeffrey G. 1961. "Public Expenditure and Revenue: An International Comparison." *The Manchester School*, vol. 29. No 1. 43-56.
- Winarso, Widi., & Mulyadi. 2022. *Manajemen Pemasaran*. Banyumas: Pena Persada.

- Yulianti, Farida., Lamsah & Periyadi. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deeppublish.
- Yusof, Ab Aziz., Perumal, Selvan., & Pangil, Faizuniah. 2005. *Principles of Entrepreneurship*. Selangor: Pearson/Prentice Hall.
- Yusron, M., Norma, Ade., & Amperawati, Endang Dwi. 2023. "Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT untuk Meningkatkan Kunjungan Pasien pada Klinik Griye Sehat di Cilegon. *Prosiding Amal Insani Foundation*, vol. 2, 144-156.
- Zimmerer, Thomas W. 1996. *Entrepreneurship and the New Venture Formation*. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.

Glosarium

Actuating: Suatu pelaksanaan untuk menjalankan, atau menggerakkan, dan mendorong anggota untuk mewujudkan rencana menjadi realisasi melalui berbagai pengarahan dan motivasi supaya anggota atau karyawan tersebut dapat melaksanakan kegiatan atau pekerjaannya secara optimal.

Acquisition: Proses pembelian sebagian besar atau semua saham guna mengambil alih kontrol perusahaan.

Almost nil: Hampir nihil atau tidak ada kerugian yang hampir tidak terjadi.

Brand: Merek.

Branding: Strategi perusahaan dalam mengenalkan merek kepada target pasar, sehingga lebih mudah diingat dan bisa menjadikannya berbeda dari pesaing.

Brand awareness: Istilah dalam bisnis yang merujuk pada kemampuan pelanggan untuk mengenali merek.

Break effent point: Teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara volume penjualan dan profitabilitas.

Businessman: Wirausahawan.

Business plan: Rencana Bisnis.

Business development manager: Jabatan level tinggi dalam bidang pengembangan bisnis sebuah perusahaan.

Checklist: Daftar cek.

Creative destruction: Kondisi dimana sebuah bisnis yang memiliki produk/jasa yang sejenis dan sudah melakukan inovasi, menyebabkan revolusi dalam struktur ekonomi pasar yang relevan dari dalam, yang pada akhirnya menghancurkan pasar lama dan menciptakan pasar baru.

Corporate Social Responsibility (CSR): Komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan komunitas luas.

Commanding: Pengarahan.

Controlling: Pengendalian.

Coordinating: Pengkoordinasian.

Co-working space: Lingkungan kerja atau kantor yang digunakan oleh orang-orang yang bekerja sendiri atau bekerja untuk perusahaan yang berbeda-beda.

Demand: Permintaan/sejumlah barang atau jasa yang diinginkan dibeli atau dimiliki pada berbagai tingkat harga pada waktu tertentu.

Detail engineering design: Dokumen desain teknis bangunan yang terdiri dari gambar teknis, spesifikasi teknis dan spesifikasi umum, volume serta biaya pekerjaan.

Engagement: Semua bentuk interaksi (dua arah) antara merek dengan konsumen.

Esteem needs: Kebutuhan untuk dihargai

E-commerce: Penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis.

Factory overhead cost: Biaya produksi selain biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung.

Feasibility study: Suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu kegiatan atau usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.

Good Manufacturing Practices (GMP): Cara berproduksi yang baik dan benar untuk menghasilkan produk yang memenuhi persyaratan mutu dan Keamanan pangan yang aman dan sehat.

Home care: Pelayanan kesehatan yang diberikan oleh tenaga profesional kepada individu dan keluarga di lingkungan rumah/tempat tinggal mereka.

Hospital by law: Aturan dasar yang mengatur tata cara penyelenggaraan rumah sakit meliputi peraturan internal korporasi dan peraturan internal staf medis yang disusun dalam rangka menyelenggarakan tata kelola rumah sakit yang baik (good corporate governance) dan tata kelola klinis yang baik (good clinical governance).

Independent exposure unit: Unit yang berdiri sendiri.

Inform consent: Suatu persetujuan yang diberikan setelah mendapat informasi.

Intellectual capital: Suatu aset yang tidak terwujud yang dapat memberikan sumber daya berbasis pengetahuan yang berfungsi untuk meningkatkan kinerja dan kemampuan bersaing perusahaan serta memberikan nilai dibanding perusahaan lain.

Internal Rate of Return (IRR): Metode yang biasa digunakan untuk menampilkan tingkat pengembalian ekonomi.

Join venture capital: Suatu bisnis ataupun usaha yang didirikan oleh dua atau lebih entitas usaha dalam periode waktu tertentu.

Liability losses: Kerugian karena kewajiban mengganti kerugian orang lain.

Main mapping: Merupakan proses memetakan pikiran untuk menghubungkan konsep tertentu yang dituangkan kedalam suatu tulisan yang menarik dan kreatif menyerupai peta kota.

Market: Sebuah tempat yang terbentuk atas kumpulan konsumen potensial dengan kebutuhan yang berbeda dan mempunyai keinginan yang sama untuk melakukan transaksi guna memenuhi kebutuhan mereka.

Marketing: Proses mengkomunikasikan nilai produk atau jasa kepada pelanggan.

Market share: Persentase dari keseluruhan pasar untuk sebuah kategori produk atau servis yang telah dipilih dan dikuasai oleh satu atau lebih produk atau servis tertentu yang dikeluarkan sebuah perusahaan dalam kategori yang sama.

Manager: Orang yang bertanggung jawab untuk mengarahkan usaha yang bertujuan membantu organisasi dalam mencapai sasarannya.

Master plan: Kerangka dari semua rencana pembangunan gedung dan infrastruktur di suatu kawasan atau wilayah.

Monkey business: Tindakan yang menipu atau menyimpang/bisnis musiman yang menguntungkan kelompok tertentu, yang menebar isu terkait dengan potensi luar biasa atas suatu bisnis yang akan booming. *Monkey business* kerap terjadi, karena ada tren permintaan sekelompok orang tertentu yang menggiring opini masyarakat untuk membeli produk tersebut karena harganya akan terus naik.

Mutual benefit principle: Prinsip saling menguntungkan.

Net Present Value (NPV): Metode yang menghitung selisih antara manfaat atau penerimaan dengan biaya atau pengeluaran.

Net profit: Laba bersih.

Payback period: Teknik penilaian terhadap jangka waktu (periode) pengembalian investasi suatu proyek atau usaha.

Personnel losses: Kerugian akibat peril yang menimpa personil atau orang-orang yang menjadi anggota dari karyawan perusahaan (termasuk keluarganya).

Physiological needs: Tingkatan yang paling dasar dari kebutuhan manusia, kebutuhan fisiologi menjadi yang paling bawah karena kebutuhan ini merupakan aspek terpenting yang harus dipenuhi dalam kehidupan manusia seperti sandang, pangan dan papan. Oleh karenanya, pemenuhan yang layak berhak didapatkan oleh setiap individu manusia sebagai hal yang mendasar.

Positioning: Tindakan perusahaan untuk merancang produk dan bauran pemasaran agar dapat tercipta kesan tertentu diinginkan (benak) konsumen.

Property losses: Kerugian potensial yang menimpa pada benda kepemilikan atau harta.

Prudent: *Prudent* yang berarti bijaksana atau asas kehati-hatian dapat merupakan suatu konsep yang memiliki unsur sikap, prinsip, standar kebijakan, dan teknik dalam manajemen risiko.

Return on investment (ROI): Teknik analisa laporan keuangan secara keseluruhan guna mengukur tingkat efektifitas seluruh operasional perusahaan. Atau pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan.

Revenue: Pendapatan

Risk taking: Aktivitas mengambil risiko untuk memulai sebuah perusahaan atau meningkatkan keuntungan.

Security needs: Kebutuhan akan keamanan kerja, upah, insentif keuangan, asuransi kesehatan, asuransi risiko, dan rumah.

Segmentation: Proses mengelompokkan atau membagi suatu pasar dalam kelompok pembeli yang berbeda-beda berdasarkan kebutuhan dasar, karakteristik atau pembeli yang mungkin memerlukan produk atau bauran pasaran yang berbeda.

Self-actualiazation needs: Kebutuhan akan penerimaan diri dengan menggunakan kemampuan, potensi diri yang optimal untuk mencapai prestasi kerja yang tinggi dan percaya pada pekerjaan mereka yang berarti.

Senior leader: Kelompok yang terdiri dari pemimpin tingkat atas—misalnya, kepala departemen dan pejabat eksekutif.

Startup: Jenis perusahaan rintisan baru yang belum terlalu lama beroperasi atau masih berada dalam tahap perintisan.

Supervisor: Seseorang yang bertugas dan berhubungan langsung dengan pengelolaan tenaga kerja, memimpin para karyawan dalam pelaksanaan tugas, termasuk menjabarkan, serta mengkoordinasikan dengan rekan atau penyelia lain yang terkait.

Sustainable: Berkelanjutan.

Targeting: Kegiatan mengevaluasi dan memilih pasar yang akan dijadikan sasaran penawaran produk-produk perusahaan.

The promoter: Seseorang yang awalnya punya latar belakang pekerjaan sebagai sales atau bidang marketing yang kemudian mengembangkan perusahaan sendiri.

Thinking new thing: Memikirkan sesuatu yang baru dan berbeda.

Track record: Rekam jejak/Semua hal yang telah dilakukan oleh seseorang di masa lalu, yang menunjukkan seberapa baik mereka dalam melakukan pekerjaan, mengatasi masalah, dan lain sebagainya.

Uncertainty: Ketidakpastian.

Omset: Nilai transaksi yang terjadi dalam hitungan waktu tertentu, misalnya harian, mingguan, bulanan, tahunan.

Quality assurance: Semua tindakan terencana dan sistematis yang diimplementasikan dan didemonstrasikan guna memberikan kepercayaan yang cukup bahwa produk akan memuaskan kebutuhan untuk kualitas tertentu.

Venture growth: Perkembangan usaha.

Profil Penulis

Elang Mohamad Atoilah, S.Sos., M.Kes., lahir di Garut tahun 1974, lulusan Magister Kesehatan Masyarakat Unpad, saat ini menjabat sebagai Puket I Bidang Akademik, dan menjadi Dosen di STIKes Karsa Husada Garut sejak tahun 2007 dan Akper Karsa Husada sejak 1996. Beliau juga sudah menulis buku ber issbn dengan judul ; 1. Asuhan Keperawatan pada Pasien dengan Gangguan Kebutuhan Manusia, 2. Ilmu Sosial dan Budaya Dasar untuk Mahasiswa Kesehatan, 3. Kesehatan Reproduksi Berbasis Keluarga Berencana Alamiah, semua buku yang di tulis sudah mendapatkan HaKi.

Andhika Lungguh Perceka, S. Kom., M. Si., lahir di Jakarta tahun 1983, lulusan Magister Administrasi Negara tahun 2011 Universitas Garut. Penulis Buku 1. Psikologi Konsep dan Aplikasi Bagi Perawat 2. Penulis Buku Pendidikan Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi 3. Penulis Buku Sistem Infomasi Kesehatan 4. Penulis Buku Teknologi Informasi Untuk Perguruan Tinggi 5. Editorial Jurnal Pengabdian Masyarakat DEDIKASI. Saat ini sebagai Dosen sekaligus menjabat Ketua Unit LP4M di STIKes Karsa Husada Garut.

Nurul, Apt., M. Farm., lahir di Garut tahun 1991, lulusan Program Studi Magister Farmasi Klinik Universitas Padjadjaran, dan sekarang menjabat Ketua Prodi D-3 Farmasi STIKes Karsa Husada Garut.

Sugiah, S.Si., M.Biotek. AIFO., lahir di Teluk Belitung tahun 1992, lulusan Univeritas Padjadjaran (UNPAD) Bioteknologi tahun, sekarang menjadi Dosen di Prodi D-3 Analis Kesehatan STIKes Karsa Husada Garut.



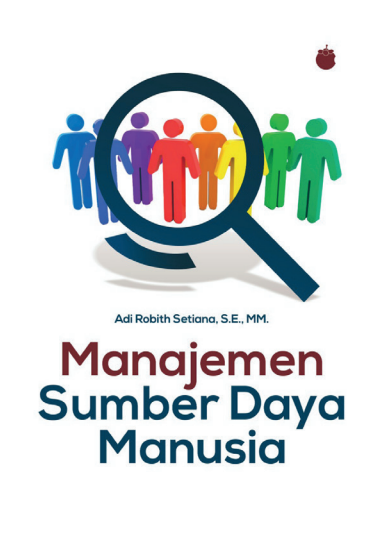
Zainal Arifin, M.Si.

Perencanaan Pengembangan Sumber Daya Manusia



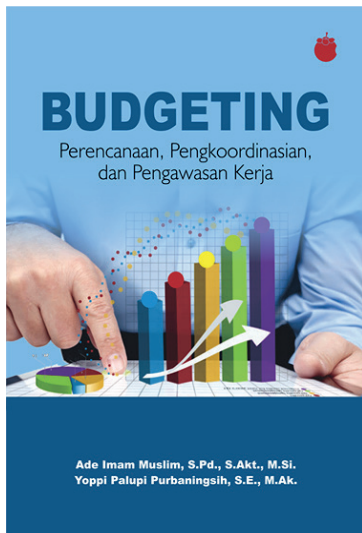
Sistem Informasi Manajemen

Adi Robith Setiana, S.E., M.M.



Adi Robith Setiana, S.E., MM.

Manajemen Sumber Daya Manusia



BUDGETING

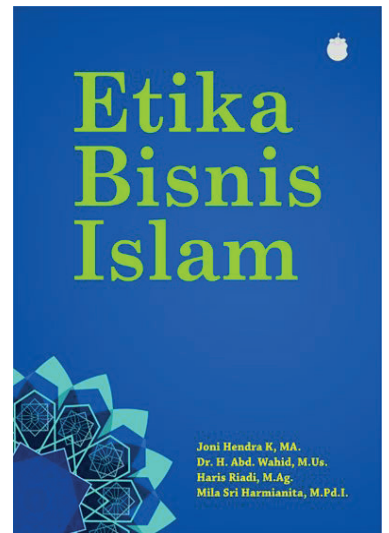
Perencanaan, Pengkoordinasian,
dan Pengawasan Kerja

Ade Imam Muslim, S.Pd., S.Akt., M.Si.
Yoppi Palupi Purbaningsih, S.E., M.Ak.



Teori & Implementasi KEWIRAUSAHAAN UMKM

Eno Hartinawati, Dra., M.S.
Riyandi Nur Sumawidjaja, Drs., M.M.
Dr. Anni Machmud, S.E., M.Si.



Etika Bisnis Islam

Joni Hendra K, MA,
Dr. H. Abd. Wahid, M.Us,
Haris Riadi, M.Ag,
Milla Sri Harmianita, M.Pd.I.



Dr. Erislan, ST, MM

Manajemen Strategi

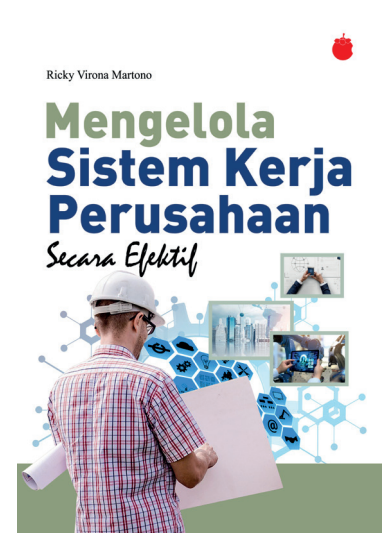
Konsep dan Penerapan



Anggaran Perusahaan

Perencanaan dan Pengendalian Keuangan

Dr. Dito Rinaldo Novandi CRA, SE., MM.
Vina Anggilia Puspita, S.Sos., MM.



Ricky Virona Martono

Mengelola Sistem Kerja Perusahaan

Secara Efektif