

KEWIRAUSAHAAN MODERN:

DARI IDE KE BISNIS YANG TUMBUH,
BERTAHAN, DAN DIPERCAYA

Editor: Fahri Firliansyah



Kewirausahaan Modern: Dari Ide ke Bisnis yang Tumbuh, Bertahan, dan Dipercaya

Latifah, S.E., M.Si., dkk

Editor: Fahri Firliansyah

PT CIPTA DIGITAL EDUKASI

Anggota IKAPI: No. 666/DKI/2026



Kewirausahaan Modern: Dari Ide ke Bisnis yang Tumbuh, Bertahan, dan Dipercaya

Penulis : Latifah, S.E., M.Si., Ns. Sri Hesthi Sonyo Rini, M.Kep, Nia Rifanda Putri, S.E., M.M., Mukhlidin S.E., M.Si., Radiati Moviana, S.Gz., M.Gizi., Dian Islamiyati, S.Ak., M.Ak., Esa Arung Syuhada, S.H., M.H., dan Muhammad Abdul Latif, S.E., M.M.

ISBN : 978-634-7808-35-6 (PDF)

Penyunting Naskah : Fahri Firliansyah.

Tata Letak : Fahri Firliansyah.

Desain Sampul : Novikean Keysah Sanisri

Penerbit

PT Cipta Digital Edukasi

Jl. Wijaya Ii/Wijaya Grand Centre Blok G-15, Desa/Kelurahan Pulo, Kec. Kebayoran Baru, Kota Adm. Jakarta Selatan, Provinsi DKI Jakarta, Kode Pos: 1216

E-Mail : penerbitcde@gmail.com

Website : cideka.com

© Hak cipta dilindungi oleh undang-undang

Berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak ciptaan tersebut pertama kali dilakukan pengumuman.

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit. Ketentuan Pidana Sanksi Pelanggaran Pasal 2 UU Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta.

Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan prebuttal sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (Tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Barang siapa dengan sengaja menyerahkan, menyiarkan, memamerkan, mengedarkan atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas tersusunnya buku referensi yang berjudul *Kewirausahaan Modern: Dari Ide ke Bisnis yang Tumbuh, Bertahan, dan Dipercaya*. Buku ini hadir untuk memberikan pemahaman mengenai konsep kewirausahaan di era modern, mulai dari proses penciptaan ide bisnis, pengembangan model usaha, hingga strategi agar bisnis dapat tumbuh, bertahan, dan dipercaya oleh pasar. Melalui buku ini, pembaca diharapkan dapat memahami langkah-langkah praktis dalam membangun usaha yang berkelanjutan dan adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Buku ini ditujukan untuk masyarakat umum agar mudah dipahami oleh berbagai kalangan, tidak hanya mahasiswa atau pelaku usaha, tetapi juga calon wirausahawan, pekerja profesional, dan siapa saja yang memiliki minat dalam dunia bisnis.

Jakarta, Juli 2026

Tim Penyusun

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
Bab 1: Manajemen Kewirausahaan	1
Latifah, S.E., M.Si.	1
1.1 Wirausaha bukan hanya Soal Berani: Memahami Kewirausahaan sebagai Disiplin yang Bisa Dipelajari	1
1.2 Fungsi Manajemen dalam Konteks Usaha Kecil dan Menengah yang Sering Diabaikan	4
1.3 Perencanaan usaha: menetapkan arah sebelum melangkah terlalu jauh	8
1.4 Pengorganisasian Sumber Daya: Manusia, Waktu, dan Modal yang Selalu Terbatas	12
1.5 Kepemimpinan Wirausaha: Cara Memimpin Tim Kecil yang Pengaruhnya Sangat Besar	17
1.6 Pengendalian dan Evaluasi Kinerja Usaha: Mengukur Agar Tidak Berjalan Tanpa Arah.....	22
1.7 Studi Kasus: Wirausahawan yang Berhasil Bukan karena Keberuntungan, tetapi karena Manajemen yang Baik.....	27
Bab 2: Problem Solving dalam Kewirausahaan.....	33
Latifah, S.E., M.Si.	33
2.1 Masalah dalam Bisnis bukan Pengecualian: Ini Bagian Normal yang Harus Diantisipasi.....	33
2.2 Pola Pikir Problem Solver: Perbedaan Orang yang Larut dalam Masalah dan yang Mencari Jalan Keluar.....	37
2.3 Teknik Identifikasi Masalah: Root Cause Analysis, Fishbone, dan 5 Why dalam Konteks Usaha	42
2.4 Design Thinking sebagai Pendekatan Memecahkan Masalah yang Berpusat pada Pengguna.....	46

2.5 Pengambilan Keputusan di Bawah Tekanan: Cara Berpikir Jernih Ketika Situasi Tidak Ideal	50
2.6 Belajar dari Kegagalan: Mengubah Masalah yang Tidak Terselesaikan Menjadi Pelajaran Berharga	56
2.7 Studi Kasus: Wirausahawan yang Mengubah Masalah Besar Menjadi Inovasi yang Menguntungkan	61
Bab 3: Personal Branding untuk Wirausahawan	67
Ns. Sri Hesthi Sonyo Rini, M.Kep.	67
3.1 Personal Branding bukan Soal Pencitraan: Ini tentang Konsistensi antara Nilai dan Penampilan.....	67
3.2 Mengenali Diri Sendiri sebagai Fondasi Personal Branding yang Kuat dan Tahan Lama	72
3.3 Membangun Narasi Diri: Cerita yang Membuat Orang Ingat dan Percaya kepada Anda	76
3.4 Personal Branding di Media Sosial: Platform yang Berbeda, Pendekatan yang Harus Berbeda	81
3.5 Konsistensi Penampilan, Suara, dan Pesan: Hal Kecil yang Menentukan Persepsi Jangka Panjang.....	86
3.6 Personal Branding untuk Wirausahawan Perempuan: Tantangan Spesifik yang Perlu Diakui	91
3.7 Studi Kasus: Wirausahawan Lokal yang Membangun Kepercayaan Pasar Lewat Personal Branding.....	96
Bab 4: Business Plan yang Realistis dan Bisa Dijalankan	101
Ns. Sri Hesthi Sonyo Rini, M.Kep.	101
4.1 Business Plan bukan Dokumen Formalitas: Fungsi Nyatanya bagi Wirausahawan di Lapangan.....	101
4.2 Anatomi Business Plan: Komponen yang Harus Ada dan yang Sering dibuat Terlalu Rumit	106
4.3 Analisis Pasar dan Kompetitor: Cara Membaca Peluang Sebelum Uang Dikeluarkan.....	111

4.4 Proyeksi Keuangan yang Jujur: Cara Membuat Angka yang Masuk Akal, Bukan Sekadar Optimis	115
4.5 Executive Summary yang Menarik: Bagian Pertama yang dibaca dan Paling Menentukan Kesan	120
4.6 Business Plan untuk Pengajuan Modal: Apa yang dicari Investor dan Lembaga Keuangan	125
4.7 Studi Kasus: Business Plan Sederhana yang Berhasil Meyakinkan Mitra dan Investor Lokal	130
Bab 5: Marketing Digital untuk Usaha.....	135
Nia Rifanda Putri, S.E., M.M.....	135
5.1 Kenapa Marketing Digital Bukan Pilihan Lagi: Konsumen Sudah ada di Sana Sebelum Kita.....	135
5.2 Peta Platform Digital Indonesia: Siapa Penggunanya dan Apa yang Mereka Lakukan di Sana	140
5.3 Konten sebagai Aset Pemasaran: Cara Membuat Konten yang Menjual Tanpa Terasa Memaksa.....	144
5.4 Media Sosial untuk Usaha Kecil: Organik vs Berbayar dan Cara Memulai dengan Anggaran Terbatas.....	149
5.5 SEO dan Google untuk Bisnis Lokal: Cara Ditemukan oleh Orang yang Sedang Mencari Produk Anda	154
5.6 Mengukur Hasil Marketing Digital: Metrik yang Penting dan yang Hanya Membuat Senang Sementara.....	159
5.7 Studi Kasus: UMKM yang Tumbuh Signifikan karena Strategi Marketing Digital yang Tepat Sasaran	165
Bab 6: Wirausaha di Era Digital	170
Mukhlidin S.E., M.Si.	170
6.1 Era Digital Bukan Hanya Soal Internet: Perubahan Cara Bisnis Bekerja Secara Mendasar	170
6.2 Peluang Bisnis yang Lahir dari Digitalisasi: Yang Sudah Ada dan Yang Belum Banyak Digarap.....	175

6.3 E-Commerce dan Marketplace: Cara Masuk, Cara Bersaing, dan Cara Tidak Bergantung Sepenuhnya	180
6.4 Otomasi dan Efisiensi Operasional: Teknologi yang Bisa Membantu Usaha Kecil Bekerja Lebih Cerdas	185
6.5 Ekosistem Digital Indonesia: Infrastruktur, Regulasi, dan Peluang yang Tersebar di Luar Jawa.....	190
6.6 Tantangan Wirausaha Digital: Persaingan, Perubahan Algoritma, dan Ketergantungan Platform.....	195
6.7 Studi Kasus: Wirausahawan Muda Indonesia yang Membangun Bisnis Murni dari Ekosistem Digital	201
Bab 7: Model Bisnis Kreatif.....	206
Mukhlidin S.E., M.Si.	206
7.1 Model Bisnis Bukan Sekadar Cara Jualan: Memahami Sistem Penciptaan dan Pengiriman Nilai	206
7.2 Business Model Canvas: Cara Menggunakannya sebagai Alat Berpikir, Bukan Sekadar Template	211
7.3 Model Bisnis Berbasis Komunitas: Ketika Pelanggan Menjadi Bagian dari Bisnis Itu Sendiri.....	216
7.4 Model Langganan, Freemium, dan Pay-Per-Use: Logika di Balikny dan Kapan Cocok Digunakan.....	221
7.5 Bisnis Kreatif dan Ekonomi Kreatif: Memonetisasi Kreativitas secara Berkelanjutan.....	226
7.6 Inovasi Model Bisnis: Mengubah Cara Lama yang Tidak Efisien Menjadi Keunggulan Kompetitif.....	231
7.7 Studi Kasus: Bisnis Lokal yang Berhasil Bertahan karena Mengubah Model Bisnisnya di Waktu yang Tepat	236
Bab 8: Inovasi Bisnis Pangan dan Gizi	241
Radiati Moviana, S.Gz., M.Gizi.	241
8.1 Peluang Bisnis Pangan di Indonesia: Pasar yang Besar dengan Kebutuhan yang Terus Berkembang	241

8.2 Inovasi Produk Pangan: Dari Bahan Lokal ke Produk Bernilai Tinggi yang Diminati Pasar	246
8.3 Gizi sebagai Nilai Lebih: Tren Konsumen Sadar Kesehatan dan Cara Meresponsnya	251
8.4 Pengembangan Produk Pangan: Proses dari Ide hingga Produk yang Siap Dijual	256
8.5 Keamanan Pangan sebagai Fondasi: Bukan hanya Kewajiban Regulasi, tapi Kepercayaan Konsumen	261
8.6 Bisnis Pangan Skala Rumah Tangga hingga UMKM: Tantangan yang Berbeda di Setiap Skala	266
8.7 Studi Kasus: Produk Pangan Lokal yang Berhasil Naik Kelas ke Pasar yang Lebih Luas.....	271
Bab 9: Etika dan Kewirausahaan Syariah	276
Dian Islamiyati, S.Ak., M.Ak.	276
9.1 Etika dalam Berbisnis: Mengapa Ini Bukan Pilihan tapi Fondasi yang Menentukan Keberlanjutan.....	276
9.2 Prinsip Dasar Kewirausahaan Syariah: Nilai yang Membedakan dari Sekadar Bisnis Berlabel Halal	281
9.3 Akad dan Transaksi yang Sah: Murabahah, Mudharabah, Musyarakah dalam Konteks Usaha Nyata.....	286
9.4 Larangan dalam Bisnis Islam: Riba, Gharar, Maysir, dan Cara Menghindarinya dalam Praktik	291
9.4 Larangan dalam Bisnis Islam: Riba, Gharar, Maysir, dan Cara Menghindarinya dalam Praktik	296
9.6 Membangun Kepercayaan Konsumen Muslim: Lebih dari Sekadar Label dan Sertifikat	301
9.7 Studi Kasus: Wirausahawan yang Membangun Bisnis Berintegritas Berbasis Nilai Syariah	306
Bab 10: Sertifikasi Pangan: Pirt, Bpom, Slhs, dan Halal.....	311
Esa Arung Syuhada, S.H., M.H.	311

10.1 Sertifikasi Pangan sebagai Investasi Mutu, Legalitas, dan Kepercayaan Konsumen.....	311
10.2 PIRT: Siapa yang Wajib Memiliki, Bagaimana Prosesnya, dan Apa yang Sering Salah Dipahami.....	316
10.3 Izin Edar BPOM: Persyaratan, Proses, dan Realita di Lapangan yang Tidak Selalu Mudah.....	321
10.4 Sertifikat Laik Higiene Sanitasi: Standar yang Harus Dipenuhi dan Cara Mempersiapkannya	325
10.5 Sertifikasi Halal MUI: Proses Terbaru Setelah Wewenang Beralih ke BPJPH.....	330
10.6 Mengelola Dokumen Sertifikasi: Cara Menjaga Kepatuhan Tanpa Mengganggu Operasional Usaha.....	335
10.7 Studi Kasus: UMKM Pangan yang Berhasil Menembus Pasar Modern setelah Melengkapi Sertifikasi	340
Bab 11: Strategi Perlindungan Merek	345
Esa Arung Syuhada, S.H., M.H.	345
11.1 Merek Bukan Sekadar Logo: Aset Bisnis yang Nilainya Bisa Melampaui Aset Fisik.....	345
11.2 Dasar Hukum Perlindungan Merek di Indonesia yang Perlu Dipahami Sebelum Terlambat	350
11.3 Cara Mendaftarkan Merek: Proses, Biaya, Kelas Barang dan Jasa, serta Waktu yang Dibutuhkan	355
11.4 Merek yang Tidak Bisa Didaftarkan: Ketentuan yang Sering Membuat Pemohon Kecewa.....	359
11.5 Sengketa Merek: Kasus yang Sering Terjadi dan Pelajaran yang Bisa Diambil.....	364
11.6 Membangun Ekuitas Merek: Lebih dari Sekadar Melindungi, Ini tentang Membangun Nilai	369
11.7 Studi Kasus: Merek Lokal yang Dicuri dan Bagaimana Pemiliknya Berjuang Mendapatkan Kembali.....	374
Bab 12: Perencanaan Keuangan Usaha	379

Muhammad Abdul Latif, S.E., M.M.	379
12.1 Keuangan Usaha Bukan Keuangan Pribadi: Pemisahan yang Paling Mendasar tapi Paling Sering Dilanggar.....	379
12.2 Laporan Keuangan Sederhana untuk Usaha Kecil: Apa yang Harus Dicatat dan Mengapa Penting	384
12.3 Arus Kas: Mengapa Banyak Bisnis yang Untung di Atas Kertas tapi Mati karena Tidak Punya Uang	388
12.4 Harga Pokok Penjualan dan Penetapan Harga Jual: Cara Menghitung yang Benar dan Masuk Akal	393
12.5 Akses Permodalan: KUR, Koperasi, Angel Investor, dan Skema yang Bisa Dijangkau UMKM.....	398
12.6 Perencanaan Keuangan Jangka Pendek dan Jangka Panjang: Cara Menyiapkan Usaha untuk Bertahan.....	403
12.7 Studi Kasus: UMKM yang Berhasil Keluar dari Masalah Keuangan karena Perencanaan yang Lebih Baik.....	408
Daftar Pustaka.....	413
Profil Penulis	436

Daftar Pustaka

- Abdullah, R. (2020). Importance and contents of business plan: A case-based approach. *Journal of Entrepreneurship & Organization Management*, 9(2), 1–9.
- Abelenda, A. M., Aiastui, A., & Echeverria, I. (2023). Adapted business model canvas template and primary market research for project-based learning on management of slurry. *Data in Brief*, 49, 109418.
- Ahmad, M. (2025). Do recognition-based heuristics matter in entrepreneurial strategic decision-making: Evidence from an emerging Asian economy. *Management System Engineering*, 4, 12.
- Albrecht, N., Franzke, S. K., Baum, M., & Isidor, R. (2025). Rebel, reverse, or relent: How female entrepreneurs develop communication strategies on social media to handle gender role stereotypes. *European Management Journal*.
- Allison, L., Blair, J., Jung, J. H., & Boutin, P. J. (2020). The impact and mediating role of personal brand authenticity on the self-actualization of university graduates entering the workforce. *Journal for Advancement of Marketing Education*, 28(2), 3–15.
- Amankwah-Amoah, J., Boso, N., & Antwi-Agyei, I. (2021). The effects of business failure experience on successive

- entrepreneurial engagements: An evolutionary phase model. *Group & Organization Management*, 46(4), 648–682.
- An, X. (2024). Research on the contribution of business model innovation to sustainable competitive advantage of enterprises. *American Journal of Industrial and Business Management*, 14(11), 1454–1464.
- Arifin, B. (2019). The future of Indonesian food consumption. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 8(1), 71–102.
- Arum, H. S. (2024). The effectiveness of Islamic business ethics in building consumer trust in global e-commerce. *Opportunity: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 181–200.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). Survei penetrasi internet Indonesia 2024. APJII.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). Survei penetrasi internet Indonesia 2024. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Attah-Boakye, R., Adams, K., Hernandez-Perdomo, E., Yu, H., & Johansson, J. (2023). Resource re-orchestration and firm survival in crisis periods: The role of business models of technology MNEs during COVID-19. *Technovation*, 125, 102769.
- Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia. (2014). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia.

- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2024). Pedoman registrasi pangan olahan. Badan Pengawas Obat dan Makanan.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2024). Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 4 Tahun 2024 tentang Pedoman Penerbitan Sertifikat Pemenuhan Komitmen Produksi Pangan Olahan Industri Rumah Tangga. Badan Pengawas Obat dan Makanan.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2025). BPOM percepat proses perizinan, UMKM pangan olahan capai 55,9 persen registrasi produk di BPOM. Badan Pengawas Obat dan Makanan.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2025). SIHALAL diperbarui, begini panduan mudah daftar sertifikasi halal. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal.
- Bagna, E., Cotta Ramusino, E., Denicolai, S., & Strange, R. (2024). Intangible assets and firm performance: The relative effects of recognized and unrecognized assets. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(2), 100356.
- Bocken, N., & Snihur, Y. (2020). Lean startup and the business model: Experimenting for novelty and impact. *Long Range Planning*, 53(4), 101953.
- Bonsu, A. O. (2024). Personal branding: A systematic literature review. *International Journal of Marketing Studies*, 16(1), 30–45.

- Bosara, C., Kadang, J., Darman, D., & Bidin, C. (2025). Strategy of financial management of MSMEs in the digital 5.0 era of Palu Business Incubator. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises*, 18(2), 1363–1374.
- Bouwman, E. P., Reinders, M. J., & Onwezen, M. C. (2024). Unravelling consumer acceptance of local food: Physical distance, perceived connection and product type. *Appetite*, 197, 107307.
- Chen, W., Ma, G., & Jia, Z. (2024). Consumer behavior and healthy food consumption: Quasi-natural experimental evidence from Chinese household participation in long-term care insurance. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 8, 1364749.
- Clauss, T., Breier, M., Kraus, S., Durst, S., & Mahto, R. V. (2022). Temporary business model innovation: SMEs' innovation response to the COVID-19 crisis. *R&D Management*, 52(2), 294–312.
- Cruz-Sánchez, O., Morales-Alonso, G., & Rojo, J. (2026). Business model innovation from dynamic capabilities: A systematic literature review. *Journal of Business Research*, 188, 115230.
- Data Reportal. (2025). Digital 2026: Indonesia. Data Reportal.
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. (2016). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. (2025). DJKI edukasi pelaku UMKM Depok tentang pentingnya pendaftaran merek. Kementerian Hukum Republik Indonesia.

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. (2025). Langkah-langkah mendapatkan hak eksklusif merek. Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. (2026). Pelaku usaha kini bisa daftarkan merek sendiri, UMK dapat tarif khusus. Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. (2026). Permenkum baru, kini pemeriksaan substantif merek jadi lebih cepat. Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.

Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168.

Efendi, E., Setyawati, A., Halim, F., Anggreani, J., & Sudirman, A. (2023). Analysis of models for increasing consumer loyalty of beauty MSMEs through brand equity management, service quality, and customer bonding. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 13(1), 184–198.

- Eliyanti, R. (2025). The influence of personal branding on business communication. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 13(1), 1–11.
- Erfan, E., & Kemala, R. (2025). The implications of the principle of equality as an indicator of bad faith in the trademark dispute Daimaru vs Diamaru. *Humaniorum*, 3(2).
- Ermawati, Y. (2024). Entrepreneurial finance strategies for startup success. *Advances in Economics & Financial Studies*.
- Farida, I., & Setiawan, D. (2022). Business strategies and competitive advantage: The role of performance and innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 163.
- Fatin, T., & Rahman, N. (2020). Measuring digital marketing performance: A balanced scorecard approach. *International Journal of Applied Management Theory and Research*, 2(1), 1–15.
- Fluhrer, P. (2025). The role of storytelling in the branding of SMEs. *Journal of Brand Management*.
- Gregurec, I., Tomičić Furjan, M., & Tomičić-Pupek, K. (2021). The impact of COVID-19 on sustainable business models in SMEs. *Sustainability*, 13(3), 1098.
- Guo, H., Guo, A., & Ma, H. (2022). How business model innovation contributes to digital start-up performance: The mediating effects of value creation and value capture innovation. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(3), 100201.

- Hakimi, R., Fitriana, W., & Hariance, R. (2023). Implementation of digital marketing on small and medium enterprises. *Agricultural Socio-Economics Journal*, 23(3), 429–435.
- Handayani, P., Nurbaya, S. R., Khofifah, N. N., Abror, M., & Gardiana, G. R. (2024). MSMEs rises to the next level with halal certification by leveraging digital marketing. *Journal of Social and Community Service*, 2(1), 1–10.
- Hariato, E., Susanti, T., Mas'ud, R., Nursaid, & Krisprimandoyo, D. A. (2022). Development of traditional food product innovation from an operational point of view. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 6(3), 1618–1629.
- Harms, R., Alfert, C., Cheng, C. F., & Kraus, S. (2021). Effectuation and causation configurations for business model innovation: Addressing COVID-19 in the gastronomy industry. *International Journal of Hospitality Management*, 95, 102896.
- Hartmann, S., Backmann, J., Newman, A., Brykman, K. M., & Pidduck, R. J. (2022). Psychological resilience of entrepreneurs: A review and agenda for future research. *Journal of Small Business Management*, 60(5), 1041–1079.
- Hassoun, A., Cropotova, J., Trif, M., Rusu, A. V., Bobiş, O., Nayik, G. A., Jagdale, Y. D., Saeed, F., Afzaal, M., Mostashari, P., Khaneghah, A. M., & Regenstein, J. M. (2022). Consumer acceptance of new food trends resulting from the fourth industrial revolution technologies: A narrative review of

- literature and future perspectives. *Frontiers in Nutrition*, 9, 972154.
- Haudi, H., Handayani, W., Musnaini, M., Suyoto, Y. T., Prasetyo, T., Pital-Oka, E., Wijoyo, H., Yonata, H., Koho, I. R., & Cahyono, Y. (2022). The effect of social media marketing on brand trust, brand equity and brand loyalty. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 961–972.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2020). *Entrepreneurship* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Hosseini, E., Pourmohammadi, M., & Ghahremani, M. (2023). Proposing a model for sustainable development of creative industries through digital transformation. *Sustainability*, 15(14), 11451.
- Hyytinen, A. (2021). Shared problem solving and design thinking in entrepreneurship research. *Journal of Business Venturing Insights*, 16, e00254.
- Indriani, D. (2023). Digital marketing and consumer engagement. *ATESTASI: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 6(2), 627–638.
- Istiowati, S. I., & Muslichah, M. (2021). Pembiayaan mudharabah, musyarakah, murabahah, dan tingkat profitabilitas bank syariah di Indonesia. *AFRE Accounting and Financial Review*, 4(1), 29–37.
- Jacobson, J. (2020). You are a brand: Social media managers' personal branding and “the future audience”. *Journal of Product & Brand Management*, 29(6), 715–727.

- Jasmine, T. F. (2021). Analisis hukum terhadap urgensi pendaftaran merek bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah. *Jurnal Iuris*, 1(2), 1–12.
- Jumhana, E., Setiawan, R., Hidayat, T., & Nurhadi, A. (2024). Pendampingan legalitas usaha dan sertifikasi produk bagi UMKM pangan. *Abdimas Siliwangi*, 7(2), 392–404.
- Juwita, R., Sari, M. A., Ingriyani, L., Maris, A. W. I., Warsini, S., & Aminah, I. (2024). Business plan for business development and financing opportunities for micro, small, and medium enterprises. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 154–167.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2025). Kredit Usaha Rakyat 2025 cetak kinerja solid, seluruh kredit program pemerintah siap take off di tahun 2026. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia.
- Khadijah, K., & Purba, N. M. B. (2021). Analisis pengelolaan keuangan pada UMKM di Kota Batam. *Owner*, 5(1), 51–59.
- Khair, M. M. (2025). The impact of financial management practices on SMEs development in Makassar. *Journal Development Manecos*, 2(1), 1–14.
- Kikawa, C. R., Kiconco, C., Agaba, M., & Ddumba, S. (2022). Social media marketing for small and medium enterprise performance in Uganda: A structural equation model. *Sustainability*, 14(21), 14391.

- Kim, J., & Jin, W. (2024). Impact of digital capabilities on entrepreneurial performance in SMEs. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9(4), 100609.
- Kim, J., & Jin, W. (2024). Impact of digital capabilities on entrepreneurial performance in SMEs. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9(4), 100609.
- Klimas, P., Czakon, W., Kraus, S., Kailer, N., & Maalaoui, A. (2021). Entrepreneurial learning from failure: A systematic review. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(5), 1093–1131.
- Konak, A., Kulturel-Konak, S., & Nasereddin, M. (2023). Entrepreneurial mindset and innovative thinking skills. *ASEE Annual Conference & Exposition Proceedings*.
- Kristia, K. (2025). Mapping Indonesian generation Z's sustainable food consumption motives, sustainable food choices, and food waste management. *Cleaner and Responsible Consumption*, 18, 100324.
- Kromidha, E., & Bachtiar, N. K. (2024). Developing entrepreneurial resilience from uncertainty as usual: A learning theory approach on readiness, response and opportunity. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 30(4), 1001–1025.
- Kuratko, D. F. (2020). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice*. Cengage Learning.

- Kusnindar, A. A., Ahadiat, A., & Rosidah, A. (2023). SMEs in e-commerce market structure. *Valid: Jurnal Ilmiah*, 20(2), 62–72.
- Laradi, S., Elfekair, A., Alrawad, M., Hashim, M., & Derouez, F. (2024). Leveraging capabilities of social media marketing for business success. *Computers in Human Behavior Reports*, 16, 100524.
- Lestari, D., Rahmawati, S., & Nugroho, A. (2024). The effect of working capital management, operational efficiency, and financial literacy on SME performance. *International Journal of Business, Law, and Education*, 5(2), 1674–1683.
- Liao, J., Pang, J., & Dong, X. (2023). More gain, more give? The impact of brand community value on users' value co-creation. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 74, 103389.
- Liemansyaputri, S. (2025). Digital transformation of MSMEs: A study on the impact and strategic implications of e-commerce adoption in Indonesia. *Eduvest: Journal of Universal Studies*, 5(9), 12500–12509.
- Listyaningsih, E., Dewi, R., & Wijayanti, A. (2024). Financial literacy, financial inclusion, and financial statements on MSME performance and sustainability. *Ekonomikalia Journal of Economics*, 12(1), 108–127.
- Liu, X., Chen, Y., & Li, W. (2024). Entrepreneurial bricolage, business model innovation, and sustainable entrepreneurial performance. *Sustainability*, 16(18), 8168.

- Lutfi, M. (2021). Implementasi teknik local search engine optimization (SEO) menggunakan Google My Business sebagai media promosi wisata Curug Sindaro. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(12), 2194–2203.
- Malibari, M. A., & Bajaba, S. (2022). Entrepreneurial leadership and employees' innovative behavior: A sequential mediation analysis of innovation climate and employees' intellectual agility. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), 100255.
- Martins, J., & Rodrigues, R. (2025). Motivations in the adoption and conversion of freemium services: Insights for digital entrepreneurship. *Review of Managerial Science*, 19, 2127–2148.
- Marya, A. (2025). Sharia based marketing strategies in the development of halal food and beverage MSMEs in Purwanegara Village, North Purwokerto District. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Bisnis*, 2(2), 76–89.
- Mathushan, P., & Pushpanathan, A. (2020). Human resource management and entrepreneurship fit: A systematic review of literature. *Journal of Business Studies*, 7(2), 1–25.
- Mawardi, I., Widiastuti, T., Al Mustofa, M. U., & Hakimi, F. (2023). Analyzing the impact of productive zakat on the welfare of zakat recipients. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 14(1), 118–140.
- Mitzinneck, B. C., Coenen, J., Noseleit, F., & Rupietta, C. (2024). Impact creation approaches of community-based enterprises:

- A configurational analysis of enabling conditions. *Journal of Business Venturing*, 39(6), 106426.
- Muin, R. (2024). Business ethics, basic concepts, Islamic perspective. *Jurisprudensi: Jurnal Ilmu Syariah, Perundang-Undangan dan Ekonomi Islam*, 16(1), 1–15.
- Nakajima, H., & Sekiguchi, T. (2025). Is business planning useful for entrepreneurs? A review and recommendations. *Businesses*, 5(1), 10.
- Nazaruddin, I., Rezki, S. B., Fathunnisa, A., & Siregar, B. (2024). Digitalization challenges for SMEs: A systematic literature review. *Business Theory and Practice*, 25(2), 727–740.
- Ningtyas, N. P. A. (2025). The influence of financial literacy and financial planning on financial performance. *Journal of Accounting and Business*, 4(1), 45–56.
- Novari, E., Asih, V. S., Yulandri, E., Supratman, I., & Gojali, D. (2024). The impact of halal certificate ownership on MSME income in Indonesia. *Indonesian Journal of Economics and Management*, 4(3), 444–459.
- Nugraha, Y. S. (2025). The role of cost structure in decision making: A systematic literature review. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 7(1), 149–165.
- OECD. (2021). *OECD SME and entrepreneurship outlook 2021*. OECD Publishing.
- Ologunebi, J. O. (2023). The importance of SEO and SEM in improving brand visibility in e-commerce industry: A case of

- Decathlon, Amazon and ASOS. Munich Personal RePEc Archive.
- Orellana-Rojas, C., Chávez-Campuzano, C., Herrera-Cervantes, A., Guevara, Y., Romero, Y., Moyano, M., Rentería-Ramos, R., & Chong, M. (2022). Challenges in micro and small food enterprises during the COVID-19 pandemic in Ecuador. *Sustainability*, 14(15), 9576.
- Osei-Anim, A., & Wright, L. T. (2024). Personal branding: A systematic literature review. *International Journal of Marketing Studies*, 16(1), 31–46.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2020). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19 Tahun 2025 tentang kemudahan akses pembiayaan kepada usaha mikro, kecil, dan menengah. Otoritas Jasa Keuangan.
- Pai, A. S., Mun, S. G., & Han, S. H. (2024). A comprehensive review of food safety culture in the food industry. *Foods*, 13(24), 4078.
- Palupi, I. R., Budiningsari, R. D., Khoirunnisa, F. A., & Hanifi, A. S. (2024). Food safety knowledge, hygiene practices among food handlers, and microbiological quality of animal side dishes in contract catering. *Italian Journal of Food Safety*, 13(3), 12554.

- Patma, T. S., Wardana, L. W., Wibowo, A., Narmaditya, B. S., & Akbarina, F. (2021). The impact of social media marketing for Indonesian SMEs sustainability: Lesson from Covid-19 pandemic. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1953679.
- Paul, J., Alhassan, I., Binsaif, N., & Singh, P. (2023). Digital entrepreneurship research: A systematic review. *Journal of Business Research*, 156, 113507.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2016). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Pratiwi, S. P., Noermijati, Rofiaty, & Sudjatno. (2025). A study of digital startups movement in Malang Raya, Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 11(2), 100535.
- Purnomo, S., Nurmalitasari, N., & Nurchim, N. (2024). Digital transformation of MSMEs in Indonesia: A systematic literature review. *Journal of Management and Digital Business*, 4(2), 301–312.
- Putri, Z. F. (2023). Pendaftaran merek dagang dengan menggunakan kata umum. *Novum: Jurnal Hukum*.
- Radicic, D., & Petković, S. (2023). Impact of digitalization on technological innovations in small and medium-sized enterprises. *Technological Forecasting and Social Change*, 191, 122474.
- Rahayu, N. S., Masduki, & Ellyanawati, E. R. N. (2023). Women entrepreneurs' struggles during the COVID-19 pandemic

- and their use of social media. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1), 51.
- Rahmawati, N. D. (2025). Justice in trademark protection for MSMEs: A legal evaluation of barriers and solutions in intellectual property registration. *Fortiori Law Journal*, 5(01), 79–102.
- Rampersad, H. K. (2015). *Authentic personal branding: A new blueprint for building and aligning a powerful leadership brand*. Information Age Publishing.
- Rangkuti, M. Y. (2023). Toward a holistic framework of Islamic business ethics. *Indonesian Journal of Islamic Studies*, 11(2), 145–160.
- Rapp, D. J., & Olbrich, M. (2020). On entrepreneurial decision logics under conditions of uncertainty: An attempt to advance the current debate. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(21), 1–9.
- Republik Indonesia. (2016). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 252.
- Restiani, W. E., Sari, D. P., & Hidayat, A. (2025). Analisis kepatuhan manajemen usaha yang bersertifikat halal melalui penerapan Sistem Jaminan Produk Halal pada UMKM. *Journal of Social Science Research*, 5(1), 1120–1131.
- Riana, F. D. (2024). The effect of food certification on competitiveness and increasing sales of agroindustrial

- products in East Java. *Agricultural Socio-Economics Journal*, 24(2), 149–157.
- Ries, E. (2021). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Crown Business.
- Rigby, D. K., Sutherland, J., & Takeuchi, H. (2020). *Embracing agile*. Harvard Business Review Press.
- Roffia, P., Simón-Moya, V., & Sendra García, J. (2024). Cost accounting practices in SMEs: Liability of age and other factors that hinder or enable cost accounting implementation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 20, 659–685.
- Rohmatin, L., Muliawati, U. F., Khoiriah, L. T., & Rahmawati, L. (2021). Financial management analysis of micro, small, and medium enterprise (MSME) in the Covid 19 pandemic era. *JIFA (Journal of Islamic Finance and Accounting)*, 4(1), 71–81.
- Rojas-Lema, X., Alfaro-Saiz, J. J., Rodríguez-Rodríguez, R., & Verdecho, M. J. (2021). Performance measurement in SMEs: Systematic literature review and research directions. *Total Quality Management & Business Excellence*, 32(15–16), 1803–1828.
- Rösch, N., Tiberius, V., & Kraus, S. (2023). Design thinking for innovation: Context factors, process, and outcomes. *European Journal of Innovation Management*, 26(7), 160–176.

- Sabrina, A. F., & Surahmad. (2025). The legal status of the sanitary hygiene feasibility certificate as a consumer protection instrument in cloud kitchen operations. *Journal of Law, Politic and Humanities*, 6(1), 629–639.
- Sakdiyah, S. H., Eltivia, N., & Afandi, A. (2022). Root cause analysis using fishbone diagram: Company management decision making. *Journal of Applied Business, Taxation and Economics Research*, 1(6), 566–576.
- Santoso, S., Sarnadi, & Apriasty, I. (2022). Penerapan metode fishbone diagram and 5 Why's analysis untuk meningkatkan kualitas produk pakaian jadi. *Jurnal Visionida*, 8(2), 27–41.
- Sarmawa, I. W. G., Widayani, A. A. D., & Sugianingrat, I. A. P. W. (2020). Ethical entrepreneurial leadership and organizational trust for organizational sustainability. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1818368.
- Saura, J. R. (2021). Using data sciences in digital marketing: Framework, methods, and performance metrics. *Journal of Innovation & Knowledge*, 6(2), 92–102.
- Sawaeen, F. A. A., & Ali, K. A. M. (2020). The impact of entrepreneurial leadership and learning orientation on organizational performance of SMEs: The mediating role of innovation capacity. *Management Science Letters*, 10(2), 369–380.
- Scarborough, N. M., & Cornwall, J. R. (2021). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (9th ed.). Pearson.

- Seppänen, S., Ukko, J., Saunila, M., & Rantala, T. (2025). Understanding determinants of digital transformation and digitization of management functions in SMEs. *Journal of the International Council for Small Business*, 6(1), 48–64.
- Septiani, D., & Ridlwan, A. A. (2020). The effects of halal certification and halal awareness on purchase intention of halal food products in Indonesia. *Indonesian Journal of Halal Research*, 2(2), 55–60.
- Sharabati, A. A. A., Al-Haddad, S., Al-Khasawneh, M., Nababteh, N., Mohammad, M., & Abu Ghoush, Q. (2024). The impact of digital marketing on the performance of SMEs. *Sustainability*, 16(19), 8667.
- Sharma, Y., & Sijariya, R. (2024). Uncovering the trends and developments in subscription business models through bibliometric analysis. *Journal of Service Theory and Practice*, 34(2), 242–269.
- Siagian, S. N. S., Faizal, F., & Pintakami, L. B. (2024). Niat konsumen dalam pembelian makanan sehat di Dailee Healthy Club Malang dengan pendekatan Theory of Planned Behaviour dan Health Consciousness. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 8(4), 1256–1264.
- Simarasl, N., Tabesh, P., & Jessri, M. (2025). Navigating hardships: Resilience-building coping strategies and actionable techniques for entrepreneurs. *Business Horizons*, 68(5), 589–600.

- Siró, I., Kápolna, E., Kápolna, B., & Lugasi, A. (2008). Functional food. Product development, marketing and consumer acceptance—A review. *Appetite*, 51(3), 456–467.
- Sjödin, D., Parida, V., Kohtamäki, M., & Wincent, J. (2020). Value creation and value capture alignment in business model innovation: A process view on outcome-based business models. *Journal of Product Innovation Management*, 37(2), 158–183.
- Soediro, A., Farhan, M., & Yusnaini. (2024). Understanding the Islamic business ethics in Baitul Maal wat Tamwil. *IJSE: Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, 7(2), 8008–8021.
- Srimulyani, V. A., Hermanto, Y. B., Rustiyaningsih, S., & Waloyo, L. A. S. (2023). Internal factors of entrepreneurial and business performance of small and medium enterprises (SMEs) in East Java, Indonesia. *Heliyon*, 9(11), e21637.
- Sukendri, N. (2024). Inovasi entrepreneurship business model canvas dalam membangun ekonomi berkelanjutan. *Journal of Management and Digital Business*, 4(3), 679–686.
- Supriyanto, Damanik, S. D., Prasetyo, G., Alie, M. S., & Oktaria, E. T. (2025). MSME financial management: Cash flow management strategies to enhance business sustainability. *Jurnal Relevansi: Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 115–125.
- Świąder, K., Marczevska, M., & Górską-Warsewicz, H. (2021). Trends of using sensory evaluation in new product

- development in the food industry in countries that belong to the EIT Regional Innovation Scheme. *Foods*, 10(2), 446.
- Syarifuddin, S., Sumarwan, U., Yuliati, L. N., & Kirbrandoko. (2022). Increasing consumers loyalty through trust in the halal food certificate: A religious doctrine perspective. *AJMESC*, 2(2), 85–102.
- Szántó, P. (2025). Research gap in personal branding: Understanding and measuring personal brand equity. *Administrative Sciences*, 15(4), 148.
- Tandean, V. A., Kusnadi, E., Anantadjaya, S. P. D., & Nawangwulan, I. M. (2024). Impact of cash flow management on the sustainability of Indonesian MSMEs. *Community Development Journal*, 5(4), 7652–7660.
- Thomas, G. H., & Douglas, E. J. (2021). Small firm survival and growth strategies in a disrupted declining industry. *Journal of Small Business Strategy*, 31(5), 22–37.
- Triyatno, G., & Julaihah, U. (2024). The intersection of waqf and entrepreneurship: Insight from a bibliometric and content analysis study. *Iqtishadia: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 17(2).
- Uddin, M. A. (2015). Principles of Islamic finance: Prohibition of riba, gharar and maysir. Munich Personal RePEc Archive.
- United Nations Conference on Trade and Development. (2022). Creative Economy Outlook 2022: The International Year of Creative Economy for Sustainable Development: Pathway to Resilient Creative Industries. United Nations.

- Utami, R., & Sitanggang, M. L. (2023). Banking and trust-based SMEs toward credit access. *Corporate Governance and Organizational Behavior Review*, 7(2), 252–261.
- Vaska, S., Massaro, M., Bagarotto, E. M., & Dal Mas, F. (2021). The digital transformation of business model innovation: A structured literature review. *Frontiers in Psychology*, 11, 539363.
- Virginia, H. E. (2024). Personal branding in the age of social media. *Proceeding International Conference on Economics, Business, Finance and Governance*.
- Wahyono, H., Suryani, N., & Harini. (2024). Development and innovation of locally inspired food products by micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Central Java, Indonesia. *International Journal of Professional Business Review*, 9(5), e04545.
- Wahyudi, M. (2024). The concept of business ethics in Islamic perspective. *Jurnal Pendidikan IPS*.
- Welter, C., Mauer, R., & Wuebker, R. J. (2021). Business plans, lean startup, or both? A controlled experiment. *New England Journal of Entrepreneurship*, 24(1), 21–42.
- World Health Organization. (2022). WHO global strategy for food safety 2022–2030: Towards stronger food safety systems and global cooperation. World Health Organization.
- Wu, W., Zhang, A., van Klinken, R. D., Schrobback, P., & Muller, J. M. (2021). Consumer trust in food and the food system: A critical review. *Foods*, 10(10), 2490.

- Yang, L., Muangmee, C., & Meekaewkunchorn, N. (2024). The impact of entrepreneurial personal branding on consumer purchasing behavior: Take Jack Ma for example. In I. A. Khan et al. (Eds.), *Proceedings of the 2024 3rd International Conference on Humanities, Wisdom Education and Service Management*. Atlantis Press.
- Yoshino, N., & Taghizadeh-Hesary, F. (2020). Leveraging Islamic banking and finance for small business. *ADB Working Paper Series*, 1156, 1–20.
- Yu, S., & Sekiguchi, T. (2024). Platform-dependent entrepreneurship: A systematic review. *Administrative Sciences*, 14(12), 326.

Buku referensi berjudul **Kewirausahaan Modern: Dari Ide ke Bisnis yang Tumbuh, Bertahan, dan Dipercaya** ini mengajak pembaca memahami perjalanan membangun usaha dari sebuah gagasan sederhana hingga menjadi bisnis yang berkembang dan dipercaya. Setiap tahap dijelaskan secara ringan, mulai dari cara menangkap peluang, menyusun strategi, hingga menghadapi tantangan dalam mempertahankan usaha di tengah perubahan pasar.

Selain itu, buku ini menyoroti pentingnya inovasi, pengelolaan yang tepat, serta membangun kepercayaan pelanggan sebagai fondasi utama keberhasilan jangka panjang.

Disusun untuk masyarakat umum, buku ini menjadi panduan praktis bagi siapa saja yang ingin memulai atau mengembangkan usaha di era modern dengan cara yang lebih terarah dan berkelanjutan.

