



UNIVERSITAS IPWIJA

SK Kemendikbudristek RI No. 627/E/O/2022

Jl. H. Baping No.17 Kel. Susukan, Kec. Ciracas

Jakarta Timur. 13750 Telp. 021-22819921

E-mail : contact@ipwija.ac.id <https://ipwija.ac.id>

 UNIVERSITAS IPWIJA

Nomor : 041/IPWIJA.LP2M/PJ-00/2025
Perihal : Edaran Membuat Modul, Buku Ajar, Buku Referensi, Monograf
Lampiran : -

Kepada Yth:
Bapak/ Ibu Dosen Tetap
Universitas IPWIJA

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan dimulainya Semester Genap Tahun Akademik 2024/2025, maka dalam rangka Pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi khususnya bidang Pengajaran, maka pada Semester Genap ini, Bapak/Ibu Dosen diharapkan aktif menyusun Modul dan Buku Ajar, sesuai dengan mata kuliah yang diampu, pembuatan Buku Referensi serta Monograf. Bapak/Ibu Dosen diharapkan segera memulai dan mengusulkan modul, buku ajar dan atau referensi yang akan disusun ke LP2M. Bagi yang sudah memulai pada semester sebelumnya diharapkan segera melaporkan progres penulisannya ke LP2M UNIVERSITAS IPWIJA.

Demikian surat edaran ini, atas peran serta Bapak/Ibu Dosen kami ucapkan terima kasih.

Jakarta, 1 Maret 2025



Dr. Ir. Titing Widyastuti, M.M.
Kepala LP2M Universitas IPWIJA

Tembusan : Rektor Universitas
Wakil Rektor 1
Wakil Rektor 2

LANGKAH AWAL KEWIRAUSAHAAN

Ukuran: 15,5 x 23 cm (Unesco)

Font: 11-12 (Judul Bab:14-16)

Strategi dan Inspirasi Wirausaha Pemula

Cambria/Times New Roman (Ilmiah)

Noto Serif/Cambria (Novel, puisi, dll)

Margin: Mirroring dan

Atas: 1,8cm

Bawah: 1,8cm

Inside: 2cm

Outside: 1,8cm

Spacing: Multiple

1,15

Before 0pt

After 6pt

Penulis:

Prof. Dr. Slamet Ahmad, M.M.
Dado Mulyana, S.E., M.M.
Muh. Ali Masturi, S.E., XII
Widodo, S.Pd., M.M.
Felzel Farouk, S.E., M.M.
Angko Utama, S.E., M.M.
Idham Maulana Oktara, S.M., M.M.
Dr. Susanti Widhiastuti, S.E., M.M.
Dr. Ir. Titing Widyastuti, M.M.
Dr. Sri Lestari Praslowati, M.A.
Dra. Siti Mahmudah, M.M.
Drs. Jayadi, M.M.
Dina Mardiana, M.M.
Yoyo Indah Sanawati, S.E., M.M.

Editor:

Susanti Widhiastuti

x centang "Dont add space before paragraphs of the same style"

Style :

Judul Bab: Headings 1

Subbab (A. B. C.): Headings 2

Isi: Normal



**LANGKAH AWAL
KEWIRAUSAHAAN:
STRATEGI DAN INSPIRASI
UNTUK PENGUSAHA PEMULA**

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 Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta yang meliputi penerjemahan dan pengadaptasian Ciptaan untuk Penggunaan Secara Komersil 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 izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta yang meliputi penerbitan, penggandaan dalam segala bentuknya, dan pendistribusian Ciptaan untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana 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 poin kedua di atas 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).

LANGKAH AWAL KEWIRAUSAHAAN: STRATEGI DAN INSPIRASI UNTUK PENGUSAHA PEMULA

Prof. Dr. Slamet Ahmadi, M.M.

Dede Mulyana, S.E., M.M.

Muh. Ali Maskuri, S.E., M.M.

Widodo, S.Pd., M.M.

Faizal Farouk, S.E., M.M.

Angka Utama, S.E., M.M.

Idham Maulana Oktora, S.M., M.M.

Dr. Susanti Widhiastuti, S.E., M.M.

Dr. Ir. Titing Widyastuti, M.M.

Dr. Sri Lestari Prasilowati, M.A

Drs. Jayadi, M.M.

Dina Mardiana, M.M.

Dra. Siti Mahmudah, M.M.

Yoyo Indah Gunawan, S.E., M.M.



**MEGA
PRESS**

Langkah Awal Kewirausahaan: Strategi Dan Inspirasi Untuk Pengusaha Pemula

Copyright © 2025

Penulis:

Prof. Dr. Slamet Ahmadi, M.M.
Dede Mulyana, S.E., M.M.
Muh. Ali Maskuri, S.E., M.M.
Widodo, S.Pd., M.M.
Faizal Farouk, S.E., M.M.
Angka Utama, S.E., M.M.
Idham Maulana Oktora, S.M., M.M.
Dr. Susanti Widhiastuti, S.E., M.M.
Dr. Ir. Titing Widyastuti, M.M.
Dr. Sri Lestari Prasilowati, M.A
Drs. Jayadi, M.M.
Dina Mardiana, M.M.
Dra. Siti Mahmudah, M.M.
Yoyo Indah Gunawan, S.E., M.M.

Editor:

Susanti Widhiastuti

Setting Layout:

Agisni Sofatunisa

Desain Sampul:

Firman Saepulloh

ISBN: 978-623-508-572-2

IKAPI: 435/JBA/2022

Ukuran: 15,5 cm x 23 cm; xii + 472 hlm

Cetakan Pertama, April 2025

Hak cipta dilindungi Undang-undang dilarang memperbanyak karya tulis dalam bentuk dan dengan cara apa pun, tanpa izin tertulis dari penerbit

Penerbit:

CV. Mega Press Nusantara

Alamat Redaksi:

Komplek Perumahan Janatipark III, Cluster Copernicus Blok D-07, Cibeusi,
Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45363

0812-1208-8836

www.megapress.co.id

penerbitmegapress@gmail.com

PRAKATA

Memulai perjalanan di ranah kewirausahaan adalah langkah besar yang penuh dengan tantangan dan kesempatan untuk berkembang. Buku ini hadir sebagai panduan untuk siapa saja yang berkeinginan untuk memulai perjalanan kewirausahaan mereka, terutama bagi para pengusaha pemula yang sedang mencari langkah-langkah awal yang tepat untuk merintis usaha.

Kewirausahaan bukanlah sebuah jalan yang mudah, namun bisa menjadi pengalaman yang memuaskan. Di balik setiap kesuksesan yang tercipta, terdapat cerita tentang kerja keras, keputusan yang bijak, dan risiko yang diperhitungkan. Buku ini dirancang untuk memberikan wawasan dan inspirasi bagi para calon pengusaha, menyajikan berbagai strategi yang dapat membantu mereka menghindari jebakan umum dan memulai usaha mereka dengan fondasi yang kuat.

Melalui bab-bab yang disusun secara sistematis, buku ini mengajak pembaca untuk mengeksplorasi berbagai aspek kewirausahaan mulai dari pemahaman tentang peluang bisnis, pengelolaan modal, hingga bagaimana cara membangun tim yang solid dan menghadapi persaingan pasar. Selain itu, kami juga menyertakan kisah-kisah inspiratif dari pengusaha sukses yang telah melewati tantangan serupa, untuk memberi dorongan semangat bagi Anda yang baru memulai.

Tidak ada yang lebih memuaskan daripada melihat ide yang sederhana berkembang menjadi sebuah bisnis yang sukses. Buku ini adalah langkah pertama Anda untuk mewujudkan impian tersebut. Kami berharap bahwa setiap pembaca dapat menemukan pengetahuan berharga yang dapat langsung diterapkan dalam perjalanan bisnis mereka.

Akhir kata, kami ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan inspirasi dalam penulisan buku ini. Semoga buku ini bermanfaat dan menjadi teman setia dalam memulai langkah awal kewirausahaan Anda.

Selamat membaca dan selamat berwirausaha!

3 Maret 2025
Tim Penulis

PRAKATA	iii
DAFTAR ISI	v
BAB 1: MEMAHAMI KEWIRAUSAHAAN BAGI PEMULA	1
ABSTRAK.....	1
I. PENDAHULUAN.....	2
II. STATE OF THE ART	3
III. PEMBAHASAN	4
A. Konsep Kewirausahaan.....	4
B. Mengapa Memilih Jalan Wirausaha?	8
C. Tantangan dan Peluang bagi Pengusaha Pemula.....	11
D. Studi Kasus.....	18
IV. KESIMPULAN	22
A. Poin-Poin Penting yang Harus Diperhatikan	23
B. Pertanyaan Diskusi	23
V. REKOMENDASI KEBIJAKAN (<i>POLICY BRIEF</i>)	24
DAFTAR PUSTAKA	25
PROFIL PENULIS	31
BAB 2: MENEMUKAN IDE BISNIS YANG TEPAT	32
ABSTRAK.....	32
I. PENDAHULUAN.....	33
II. STATE OF THE ART	35
III. PEMBAHASAN	36
A. Cara Mengenali Minat dan Keahlian Pribadi untuk Memulai Wirausaha	38
B. Menggunakan Teknik <i>Brainstorming</i> untuk Menggali Ide Bisnis.....	41
C. Analisis Pasar untuk Menggali Ide Bisnis	44
D. Ide Bisnis yang Berawal Dari Kebutuhan Pasar	47
IV. KESIMPULAN.....	50

A. Poin-poin yang dapat diterapkan	50
B. Pertanyaan Diskusi.....	51
V. REKOMENDASI KEBIJAKAN (<i>POLICY BRIEF</i>)	53
DAFTAR PUSTAKA	54
PROFIL PENULIS	55
BAB 3: MEMBANGUN RENCANA BISNIS SEDERHANA.....	56
ABSTRAK	56
I. PENDAHULUAN	57
II. STATE OF THE ART.....	59
III. PEMBAHASAN	60
A. Pentingnya Rencana Bisnis bagi Pemula	60
B. Unsur Pokok dalam Rencana Bisnis	69
C. Langkah-langkah Menyusun Rencana Bisnis Dasar	70
D. Contoh Rencana Bisnis Sederhana Untuk Pemula.....	74
IV. KESIMPULAN.....	81
A. Pertanyaan Diskusi.....	82
B. Soal Studi Kasus	82
V. REKOMENDASI KEBIJAKAN (<i>POLICY BRIEF</i>)	87
DAFTAR PUSTAKA	88
PROFIL PENULIS	93
BAB 4: MEMULAI USAHA DENGAN MODAL KECIL.....	94
ABSTRAK	94
I. PENDAHULUAN	95
II. STATE OF THE ART.....	96
III. PEMBAHASAN	96
A. Memulai Usaha dengan Modal Kecil	96
B. Sumber Dana atau Modal Bagi Para Pengusaha Pemula.....	100
C. Tips Menghemat Biaya dan Mengelola Keuangan	105
D. Studi Kasus Bisnis yang Berhasil Dimulai dengan Modal Kecil	109
IV KESIMPULAN	114

A. Pertanyaan Diskusi	115
VI. REKOMENDASI KEBIJAKAN (<i>POLICY BRIEF</i>)	116
DAFTAR PUSTAKA	119
PROFIL PENULIS	120
BAB 5: MEMBANGUN MEREK DAN IDENTITAS BISNIS.....	122
ABSTRAK.....	122
I. PENDAHULUAN.....	123
II. STATE OF THE ART	124
III. PEMBAHASAN	127
A. Pengertian Merek dan Branding.....	127
B. Mengapa <i>Branding</i> Penting Bagi Pebisnis Pemula?.....	128
C. Membuat Nama, Logo dan Citra Merek yang Menarik....	130
D. Membangun Kepercayaan Pelanggan	134
E. Aplikasi dan Strategi Praktis dalam Membangun Merek dan Identitas Bisnis.....	137
F. Tantangan dan Potensi Hambatan dalam Membangun Merek dan Identitas Bisnis	141
G. Tren Masa Depan dan Perkembangan dalam Membangun Merek dan Identitas Bisnis	145
IV. KESIMPULAN	145
V. REKOMENDASI KEBIJAKAN (<i>POLICY BRIEF</i>)	146
DAFTAR PUSTAKA	147
PROFIL PENULIS	148
BAB 6: MENGETAHUI TARGET PASAR DAN PELANGGAN.....	149
ABSTRAK.....	149
I. PENDAHULUAN.....	150
II. STATE OF THE ART	151
III. PEMBAHASAN	152
A. Mengidentifikasi Target Pasar yang Tepat.....	152
B. Proses Identifikasi Pasar	154
C. Menggali Kebutuhan dan Preferensi Pelanggan	155
D. Tantangan dalam Menggali Kebutuhan dan Preferensi Pelanggan.....	168

E. Membangun Hubungan Dengan Pelanggan	168
F. Kasus Praktis: Bisnis yang Berhasil Memahami Target Pasar	169
IV. KESIMPULAN	173
A. Poin-Poin Penting untuk Diterapkan	173
B. Pertanyaan Diskusi	173
V. REKOMENDASI: MENYUSUN STRATEGI BERDASARKAN PROFIL PELANGGAN	174
DAFTAR PUSTAKA	176
PROFIL PENULIS	179
BAB 7: PEMASARAN DAN PROMOSI UNTUK PEMULA	180
ABSTRAK	180
I. PENDAHULUAN	181
II. STATE OF THE ART	183
III. PEMBAHASAN	184
A. Memahami Dasar-dasar Pemasaran	184
B. Teknik Pemasaran <i>Low-Cost</i> untuk Pemula	191
C. Manfaat Media Sosial untuk Mempromosikan Bisnis	200
D. Contoh Kampanye Promosi Efektif dengan Anggaran Terbatas	208
E. Rekomendasi: Memilih Saluran Pemasaran yang Tepat	216
IV. KESIMPULAN	222
A. Poin-Poin Utama	222
B. Poin-Poin Tindakan yang Perlu Diingat	223
C. Pertanyaan Diskusi	223
V. REKOMENDASI KEBIJAKAN (<i>POLICY BRIEF</i>)	224
DAFTAR PUSTAKA	226
PROFIL PENULIS	228
BAB 8: PENGELOLAAN KEUANGAN SEDERHANA	229
ABSTRAK	229
I. PENDAHULUAN	230

II. STATE OF THE ART	231
III. PEMBAHASAN	232
A. Dasar-dasar Pengelolaan Keuangan untuk Pengusaha Pemula	232
B. Cara Membuat Anggaran dan Mengelola Arus Kas	237
C. Pentingnya Catatan Keuangan yang Baik	243
D. Contoh Pengelolaan Keuangan Bisnis Kecil yang Efektif	249
IV. KESIMPULAN	253
A. Pertanyaan Diskusi	255
B. Diskusi: Studi Kasus	255
V. REKOMENDASI KEBIJAKAN (<i>POLICY BRIEF</i>)	256
DAFTAR PUSTAKA	257
PROFIL PENULIS	265
BAB 9: MEMBANGUN TIM ATAU BEKERJA SENDIRI.....	266
ABSTRAK.....	266
I. PENDAHULUAN.....	267
II. PEMBAHASAN	270
A. Perbedaan Mendasar Antara Membangun Tim Dan Bekerja Sendiri.....	270
B. Keuntungan dan Tantangan: Membangun Tim dan Bekerja Sendiri.....	273
C. Studi Kasus.....	276
D. Rekomendasi Strategi Praktis untuk Membantu Pengusaha Pemula Membuat Keputusan	283
IV. KESIMPULAN	306
DAFTAR PUSTAKA	308
BAB 10: MENGELOLA RISIKO DAN MENGHADAPI KETIDAKPASTIAN	310
ABSTRAK	310
I. PENDAHULUAN	311
II. STATE OF THE ART.....	313
III. PEMBAHASAN	313

A. Jenis-jenis Risiko dalam Bisnis Pemula	313
B. Unsur Pokok dalam Rencana Bisnis	319
C. Mengembangkan Sikap Mental untuk Menghadapi Ketidakpastian	324
D. Kasus Praktis: Menghadapi Tantangan dan Bertahan dalam Bisnis	328
E. Rekomendasi: Cara Menyusun Strategi untuk Mengelola Risiko	331
IV. KESIMPULAN	334
A. Pertanyaan Diskusi	335
B. Studi Kasus	336
V. REKOMENDASI KEBIJAKAN (<i>POLICY BRIEF</i>)	339
DAFTAR PUSTAKA	340
PROFIL PENULIS	343
BAB 11: MEMAHAMI DAN MENGGUNAKAN TEKNOLOGI DALAM BISNIS	344
ABSTRAK	344
I. PENDAHULUAN	345
II. STATE OF THE ART	346
III. PEMBAHASAN	348
A. Teknologi untuk Meningkatkan Efisiensi Bisnis	348
B. Aplikasi dan Alat Digital untuk Pengusaha Pemula	354
C. Memanfaatkan Media Sosial dan <i>E-Commerce</i>	371
D. Contoh: Bisnis yang Tumbuh melalui Penggunaan Teknologi	378
E. Rekomendasi: Menggunakan Teknologi yang Sesuai dengan Kebutuhan	391
IV. KESIMPULAN	397
A. Poin-Poin Utama:	397
B. Poin-poin Tindakan yang Perlu Diingat:	398
C. Pertanyaan Diskusi	398
V. REKOMENDASI KEBIJAKAN (<i>POLICY BRIEF</i>)	399
DAFTAR PUSTAKA	401

PROFIL PENULIS	402
BAB 12: FOKUS PADA PERTUMBUHAN BISNIS	403
ABSTRAK.....	403
I. PENDAHULUAN.....	404
II. STATE OF THE ART	406
III. PEMBAHASAN	406
A. Mengukur Perkembangan Bisnis Pemula	406
B. Menetapkan Tujuan Jangka Pendek dan Panjang.....	412
C. Teknik Pengembangan Produk dan Layanan	421
D. Studi Kasus: Bisnis yang Berhasil Bertumbuh dari Skala Kecil	427
E. Rekomendasi: Cara Menyusun Rencana Pertumbuhan Bisnis	431
IV. KESIMPULAN	435
A. Pertanyaan Diskusi	436
V. REKOMENDASI KEBIJAKAN (<i>POLICY BRIEF</i>)	437
DAFTAR PUSTAKA	438
PROFIL PENULIS	440
BAB 13: INOVASI DALAM BISNIS PEMULA	441
ABSTRAK.....	441
I. PENDAHULUAN.....	442
II. STATE OF THE ART	445
III. PEMBAHASAN	447
IV. KESIMPULAN	454
V. REKOMENDASI KEBIJAKAN (<i>POLICY BRIEF</i>)	454
DAFTAR PUSTAKA	455
PROFIL PENULIS	456
BAB 14: KIAM SUKSES DAN INSPIRASI UNTUK PENGUSAHA PEMULA.....	458
ABSTRAK	458
I. PENDAHULUAN	459
II. STATE OF THE ART.....	459
III. PEMBAHASAN	461

A. Dasar-dasar Memulai Usaha (Menyusun Rencana Bisnis yang Matang)	461
B. Strategi Praktis untuk Keberhasilan Bisnis	463
C. Mengatasi Tantangan dalam Dunia Bisnis	466
D. Tren Bisnis Masa Depan (Menghadapi Perubahan dan Peluang)	468
IV. KESIMPULAN	469
V. REKOMENDASI KEBIJAKAN (<i>POLICY BRIEF</i>)	470
DAFTAR PUSTAKA	471

13

BAB 13: **INOVASI DALAM BISNIS PEMULA**

Dra. Siti Mahmudah, M.M.

Universitas IPWIJA
e-mail: idajpram@yahoo.com

ABSTRAK

Membangun bisnis berkelanjutan bagi pengusaha pemula tentunya harus dengan kreativitas dan inovasi. Hal ini sangat penting karena adanya inovasi akan membangun bisnis berkelanjutan. Pengusaha pemula membangun usahanya tentunya banyak yang bertatih-tatih tidak langsung aman dalam semester pertama. Tidak mudah membangun usaha namun apabila tidak melangkah memulai maka akan merugi karena dalam wirausaha ada aspek yang sangat dinanti-nantikan yaitu kemerdekaan finansial. Hal ini tentunya dengan cara yang berbeda-beda karena di dalamnya ada berbagai inovasi dan kreasi wirausaha. Dari 321 orang pengusaha pemula dari Kecamatan Cipayung dan Kecamatan Ciracas hanya 57% yang sudah membangkitkan diri dengan terus berinovasi. Dari jumlah responden tersebut ternyata masalahnya modal sehingga ini menjadi alasan dalam membangun kinerja produk yang berinovasi.

Kata Kunci: Inovasi, Pengusaha Pemula, dan Model Kewirausahaan

I. PENDAHULUAN

Seorang wirausaha tentunya membangun dirinya dengan berbagai elemen yang bermuara pada kesuksesan. Tentunya dalam mewujudkan hal tersebut diperlukan berbagai hal yang salah satunya adalah inovasi produk, inovasi kemasan, inovasi cita rasa dan banyak lagi. Jadi betapa pentingnya seorang wirausaha atau bisnis pemula membangun kualitas produknya berkelanjutan. Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia menyebutkan bahwa pada bulan Februari 2024, terdapat sekitar 56,56 juta wirausaha di tanah air. Jumlah tersebut setara dengan 37,86% dari total angkatan kerja Indonesia yang sebanyak 149,38 juta orang.

Menurut Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional Tahun 2021-2024, wirausaha didefinisikan sebagai orang yang menjalankan, menciptakan, dan/atau mengembangkan suatu usaha. Terdapat 2 jenis wirausaha, yakni wirausaha mapan dan wirausaha pemula. Indonesia, sebagai negara yang beragam dan berkembang pesat, telah menyaksikan lonjakan signifikan dalam jumlah UMKM yang berkontribusi secara substansial terhadap perekonomiannya (Ardhiyansyah et al., 2021; Iskandar et al., n.d.; Supriandi, 2022).

Pemahaman dasar tentang inovasi (*innovation*) berasal dari kata Latin *innovationem* mengacu pada suatu hal yang baru – sesuatu yang sebelumnya tidak ada. Persepsi sebagian besar orang masih melihat inovasi sebagai suatu proses penciptaan teknologi baru (*technology innovation*), seperti penciptaan telepon oleh Bell atau komputer personal oleh IBM. Namun demikian, penciptaan sebuah produk atau teknologi baru hanyalah salah satu cara dalam berinovasi.

Bahkan sebuah penciptaan produk atau teknologi baru yang tidak memiliki nilai komersial di tataran masyarakat (pasar) tidak dapat digolongkan sebagai inovasi, namun lebih tepatnya adalah sebuah invensi. Dalam tulisannya, Joseph Schumpeter (1912) menyatakan bahwa sebuah invensi dapat dikatakan sebagai sebuah inovasi manakala invensi tersebut berhasil diimplementasikan ke tataran sosial dan memiliki nilai keekonomian. Artinya, penciptaan

produk atau teknologi baru harus dilanjutkan dengan proses komersialisasi agar dapat menciptakan dampak ekonomi. Secara luas, inovasi dianggap sebagai faktor kunci dibalik pertumbuhan ekonomi dan daya saing sebuah perusahaan, sebuah wilayah atau daerah, maupun sebuah negara.

Dewasa ini, penelitian terhadap sistem inovasi cenderung berorientasi pada level makro (sistem inovasi nasional), level meso (sistem inovasi regional), dan sistem inovasi level sektoral. Adapun sebagian penelitian terkait dengan sistem inovasi yang lain juga berfokus pada sistem yang terkait dengan sistem inovasi organisasi dan pengembangan sebuah teknologi (sistem inovasi teknologi).

Sebuah sistem inovasi nasional dibentuk oleh interaksi antar berbagai macam agen di dalam sebuah negara yang diikat oleh lembaga-lembaga negara tertentu serta kebijakan-kebijakan yang mempengaruhi kapabilitas nasional untuk membangkitkan, menghasilkan, dan mengombinasikan berbagai inovasi. Pada level yang lebih rendah, sistem inovasi regional dapat didefinisikan sebagai sebuah keterkaitan aktor-aktor dan lembaga-lembaga inovasi pada sebuah wilayah tertentu yang memungkinkan pembentukan, pembauran, dan penentuan kecocokan inovasi di wilayah tersebut.

Di samping itu, sistem inovasi sektoral dapat dikonsepsikan sebagai jaringan berbagai agen yang saling berinteraksi pada sebuah wilayah ekonomi atau industri di bawah sebuah lembaga tertentu yang terlibat dalam pembentukan, difusi, dan pemanfaatan inovasi. Serupa dengan hal ini, sistem inovasi organisasi berlaku pada level tinjauan organisasi atau perusahaan, sedangkan sistem inovasi teknologi merupakan jaringan berbagai agen pada bidang teknologi tertentu dalam lingkup lembaga untuk mengembangkan, mendifusikan, dan memanfaatkan teknologi (Van Lancker, et al., 2015)

Inovasi merupakan hal yang sangat menarik didiskusikan karena bicara inovasi akan bicara sebuah kemajuan yang berbeda dan tentunya akan ada hal unik dan pengembangannya. Mendefinisikan inovasi sebagai dua hal. Pertama, inovasi diartikan sebagai pengenalan hal-hal yang baru, atau suatu pembaharuan. Kedua, inovasi juga diartikan sebagai penemuan baru yang berbeda dari

yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya (gagasan, metode, atau alat). Artinya, inovasi tidak menciptakan sesuatu yang baru, melainkan mengembangkan atau meningkatkan kemampuan dari sesuatu yang sebelumnya sudah ada.

Dalam dunia bisnis, inovasi dikenal sebagai kemampuan suatu bisnis untuk menciptakan, mengembangkan, menyuguhkan, dan meningkatkan suatu produk, jasa, proses, hingga model bisnis demi kepuasan pelanggan. Sementara Stephen Robbins (1994), mendefinisikan inovasi bisnis sebagai suatu gagasan baru yang digunakan untuk memprakarsai atau memperbaiki suatu produk, jasa, atau proses yang sudah ada. Laura Furstenthal, pimpinan dari *North America Innovation Practice*, pernah menegaskan bahwa “Bagaimanapun kita mengukurnya, suatu inovasi harus bisa meningkatkan nilai dan mendorong pertumbuhan [bisnis]”.

Suatu inovasi dalam bisnis dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Dengan adanya inovasi akan memperluas pasar, menggaet pelanggan baru, sekaligus mempertahankan loyalitas mereka. Inovasi juga dibutuhkan untuk mengatasi kejenuhan pasar. Sehebat apa pun produk andalan yang dimiliki, jika kita tak kunjung menawarkan fitur maupun pengalaman baru untuk konsumen, lama kelamaan pasar akan bosan. Akibatnya, pertumbuhan bisnis cenderung stagnan dan pembelian produk bisa menurun.

Hal ini bisa diatasi dengan inovasi, seperti menciptakan menu baru untuk restoran, varian rasa baru untuk minuman, hingga fitur baru untuk sebuah produk *game*. Banyak hal yang bisa dilakukan dalam berinovasi. Tentunya hal ini akan berbeda-beda pada setiap orang. Apa pun bentuk perubahan itu akan mewujudkan inovasi baru atau inovasi sebuah produk yang sudah ada dan dikembangkan. Tidaklah mudah membangun inovasi dengan keunikan yang luar biasa. Boleh dikatakan seribu orang hanya satu yang membangun inovasi keunikan tersendiri.

Pengusaha Pemula dapat tumbuh lebih cepat dengan berpartisipasi dalam ekonomi digital dan memanfaatkan teknologi dalam operasi bisnis mereka, seperti *e-commerce*, media sosial, dan

platform seluler (Lestari, 2022). Pertumbuhan ini dapat berkontribusi pada peningkatan pendapatan, kesempatan kerja, dan pembangunan ekonomi secara keseluruhan.

II. STATE OF THE ART

Penelitian ini merupakan inovasi juga karena membangun inovasi bagi pebisnis pemula itu tidak mudah yang ada dalam pikiran pebisnis pemula hanyalah dagang, buka usaha apa adanya yang penting bisa makan. Namun hakikinya tidaklah demikian. Dalam hal ini ada urgensi yang membangun bahwa penelitian ini merupakan muara bagi wirausaha pemula yang tentunya harus mendalami adanya tiga tipe inovasi yang bisa dirancang dan diterapkan pada sebuah bisnis :

1. Inovasi Produk atau Jasa

Pebisnis pemula tentunya akan berfokus bagaimana membuat produk dan laku di pasaran lalu dapat uang. Begitu seterusnya terkadang tanpa berpikir adanya inovasi. Jenis inovasi ini berfokus pada kegiatan menciptakan dan menggarap produk baru, layanan jasa baru, atau fitur terbaru pada suatu produk. Contohnya, sebuah kedai kopi berinovasi dengan menciptakan produk non-kopi, seperti cokelat, teh, dan *matcha* yang sama enaknyanya untuk meraih konsumen secara lebih luas.

Di lain sisi, sebuah perusahaan teknologi bisa juga berinovasi dengan meluncurkan *wireless headphone* untuk kenyamanan konsumen di kota besar. Hal ini sudah dijalani beberapa pengusaha pemula dengan mengembangkan jenis produk yang dijualnya. Kedai kopi kemudian ibu-ibu yang buat kue jajanan pasar pertama hanya buat kue cucur lalu berpikir inovasi dengan jenis lain seperti kue nagasari, kue bolu kukus, kue resoles dan akhirnya berkembang menjadi pengusaha kue terkenal. Iya...dari jualan di depan rumah kemudian pesanan ibu-ibu arisan lalu terus merambah menjadi besar.

2. Inovasi Proses

Jenis inovasi ini berfokus pada perubahan yang dibuat untuk menghasilkan proses produksi dan proses jual-beli lebih efisien. Terciptanya sistem *reseller* dan *dropshipper* adalah contoh inovasi dalam proses menjual barang, yang lebih efisien dan menjangkau pasar lebih luas. Pada awalnya wirausaha hanya berpikiran sederhana apa adanya. Memproduksi dan menjualnya. Kini ada inovasi dalam proses bisnisnya yaitu ada sistem *reseller* dan *dropshipper* yang tentunya hal ini akan meningkatkan penjualan produknya. Seorang mahasiswa produksi cemilan millenial seperti seblak kering, seblak kuah, keripik singkong berbagai rasa hal ini tentunya membangun keberlanjutan dengan proses *reseller* dan *dropshipper*.

3. Inovasi Model Bisnis

Jenis inovasi ini diterapkan pada skala yang lebih besar, yaitu mengubah model bisnis yang digunakan suatu bisnis untuk beroperasi. Contoh paling dekat adalah inovasi yang dilakukan *Uber* dan *Gojek* untuk beroperasi. Kedua perusahaan ini menggunakan model bisnis kemitraan, di mana mereka tidak mempekerjakan karyawan sebagai *driver*, melainkan merekrut pemilik kendaraan sebagai mitra bisnis. Lewat cara ini, *Uber* dan *Gojek* tak perlu keluar uang untuk pembelian kendaraan dan fokus mengembangkan layanan digital mereka.

Beberapa bisnis berhasil memanfaatkan inovasi untuk menguasai pasar. Di skala internasional, contoh paling nyata adalah *Apple Inc.* Selama lebih dari 30 tahun, perusahaan ini secara konsisten mampu berinovasi untuk mempertahankan kualitas produk-produknya. Di masa-masa awal berdiri, mereka membuat gebrakan dengan memperkenalkan *Macintosh*, komputer personal (PC) yang lebih padat, solid, dan praktis dibandingkan komputer berukuran raksasa yang hadir kala itu.

Dari waktu ke waktu, *Apple Inc.* sukses menciptakan inovasi yang tepat guna dan sesuai zaman. Saat dunia sedang gila musik, mereka menciptakan *iPod* yang memberi pengalaman baru mendengarkan lagu. Di tahun 2007, mereka berinovasi

dengan menciptakan iPhone sebagai pionir ponsel pintar dan iMac sebagai pionir laptop modern. Hingga dekade ini, mereka tetap menjadi yang terdepan dalam inovasi dengan menciptakan berbagai perangkat dan aksesoris baru, seperti *wireless head-phone*, *smart watch*, dan *iPad*. Keahlian berinovasi membawa *Apple Inc.* sebagai salah satu perusahaan tersukses di dunia.

Sementara di dalam negeri, kita bisa mengamati bagaimana *brand* makanan *Indomie* dan *brand* pasta *Pepsodent* secara konsisten menawarkan varian rasa dan ukuran baru dari tahun ke tahun. Lewat inovasi ini, mereka berhasil tetap relevan. Kemudian produk *skincare* Wardah yang juga membangun inovasinya luar biasa. Inovasi ini, mereka berhasil tetap relevan di pasaran.

Kita juga bisa melihat bagaimana inovasi layanan dari *Tokopedia* dan *Ruang Guru* berhasil mengubah cara berbelanja dan belajar penggunaannya menjadi lebih mudah. Tak hanya berhasil memikat pasar, semua perusahaan tersebut juga berhasil mencatat keuntungan besar, semua berkat inovasi yang tepat sasaran.

III. PEMBAHASAN

Pengusaha pemula membangun usahanya tentunya banyak yang bertatih-tatih tidak langsung aman dalam semester pertama. Tidak mudah membangun usaha namun apabila tidak melangkah memulai maka akan merugi karena dalam wirausaha ada aspek yang sangat dinanti-nantikan yaitu kemerdekaan finansial. Hal ini tentunya dengan cara yang berbeda-beda karena di dalamnya ada berbagai inovasi dan kreasi wirausaha. Ada beberapa hal penting dalam inovasi usaha pemula yang selama ini penulis teliti dan alami dalam lima tahun terakhir ini.

Adanya komunitas bisnis salah satunya dapat menjungkat semangat wirausaha untuk berinovasi terus menerus. Seperti adanya Jakpreneur, Alisa Khadijah ICMI, Komunitas Bisa Ekspor, Komunitas Kedai Kopi, Komunitas Jajanan Pasar dan lainnya. Hal ini

mampu memotivasi pengusaha pemula membangun bisnisnya dengan terus inovasi karena adanya pesaing dan siraman ilmu dan motivasi dari sekitarnya.

Wirausaha membangun Inovasi Model Bisnis yang dikembangkan Siti Mahmudah dengan Model Kewirausahaan Start Up Titik Nol dan *Start Up* Pengembangan (2023) sebagai berikut:

1. Inovasi Model Laba

Wirausaha pemula harus membangun dirinya dengan pengemasan penawaran yang ada dengan cara inovatif untuk meningkatkan keuntungan dari barang yang sama. Memahami preferensi pelanggan dan berinovasi sesuai yang merupakan bagian integral dari jenis inovasi ini. Artinya membangun inovasi model laba ini akan berdampak pada keuntungan atau merdeka secara finansial. Wirausaha pemula memang perlu ilmu atau kemampuan dalam mengelola aspek keuangannya maka diperlukan pelatihan bagi pemula.

Hal ini tidak mudah karena banyak wirausaha pemula dari kalangan tidak berpendidikan atau hanya lulus SD, SMP. Itu tantangan bagi pendamping wirausaha pemula. Penelitian ini memang unik karena menjajaki dari perkembangan inovasi wirausaha pemula dari aspek pembelajaran keuangan banyak yang gagal artinya wirausaha atau pengusaha pemula cepat putus asa dan tidak mau belajar.

Bagi mereka buat apa mempelajari aspek keuangan yang penting dagangan laris. Namun dengan adanya pendampingan secara intens pola pikir mereka pun berubah, artinya pengusaha pemula mulai sadar bahwa memahami aspek keuangan sangat penting untuk menjalani bisnisnya agar berkelanjutan.

2. Inovasi Jaringan

Pengusaha pemula salah satunya yang belum banyak memahami adalah berinovasi jaringan. Penciptaan cara-cara inovatif untuk mengurangi rantai pasokan dan nilai guna mengambil manfaat maksimal dari teknologi, proses, dan

sumber daya lainnya adalah bagian dari inovasi jaringan. Banyak pengusaha pemula belum memahami hal ini.

Pengusaha pembuat tempe di daerah Ciaracas Jakarta Timur kemudian pengusaha tahu di Kranggan Bekasi dalam membangun inovasi jaringan dari aspek rantai pasokan sangat rapi karena mereka ada koperasi tahu tempe. Namun bagi yang tidak tergabung dalam koperasi tahu tempe akan kesulitan. Bagi pengusaha pemula seperti usaha gado-gado di Kecamatan Cipayung ada 101 penjual gado-gado secara tradisional tentunya membutuhkan pasokan bahan pembuat dagangannya yang belum terintegrasi secara jaringan.

Apabila dibuat inovasi jaringan maka akan memudahkan dalam memperoleh bahan baku seperti kacang dan campurannya karena kadang-kadang ada inovasi dalam campuran tidak sekedar kacang murni. Hal ini akan berdampak pada penetapan harga. Selain itu penjual gorengan berdasarkan hasil penelitian bahwa ada 207 penjual gorengan yang dari pagi sampai sore bahkan ada yang sampai pukul 20.00 wib tentunya diperlukan inovasi jaringan yang luar biasa agar memudahkan pengusaha jenis pemula ini dalam berinovasi.

Hal ini pihak desa juga melakukan pendampingan walau belum optimal karena seringkali saat pendampingan di kantor kelurahan yang hadir bukan pengusaha gorengan atau pengusaha pemula tapi anaknya atau saudaranya. Bagi mereka waktu adalah berdagang jadi bila pendampingan pihak kami datang langsung.

3. Inovasi Struktur

Ini berkaitan dengan aset organisasi Anda yang ada dan penggunaan inovatifnya, sehingga nilainya dapat ditingkatkan. Ini berkisar pada peningkatan perangkat lunak dan proses internal untuk kinerja alat dan tenaga kerja yang dioptimalkan. Hal ini bagi pengusaha pemula masih tahap awal jadi sederhana yang menjadikan aset namun aset bergerak tersebut sangat urgen. Salah satu peralatan dalam bisnisnya. Apapun itu pasti

adanya inovasi struktur perlu dijaga dan dipelihara sehingga tingkat keausannya maksimal.

Tidak mudah memberikan masukan kepada pengusaha pemula dalam membangun dan menjaga asetnya karena harus berhati-hati. Sebenarnya berbicara aset atau inovasi struktur ini ada sumbangan dari pemerintah namun sering disalahgunakan oleh pihak-pihak tertentu.

Penelitian ini juga membangun agar kesadaran dari pihak tertentu yang diberikan wewenang untuk menyalurkan dana pembelian aset atau alat usaha seperti penggorengan, kompor, *mixer* maka belilah sesuai dengan kapasitas yang ditentukan pemerintah jangan mengambil untung dari sumbangan tersebut yang biasanya dibeli dengan peralatan *under quality*. Pengusaha pemula membutuhkan motivasi dan tentunya fasilitas dari Pemerintah setempat dan berikanlah sesuai dengan komposisinya.

4. Inovasi Proses

Pengusaha pemula tentunya masih mencari dan terus belajar membenahi usahanya, selain terus memproduksi. Inovasi proses merupakan bagaimana seorang Inovasi berwawasan ke dalam yang merupakan bagian penting dari kompetensi inti bisnis atau organisasi. Ini memastikan peningkatan proses organisasi yang didedikasikan untuk efisiensi yang dioptimalkan. Pengusaha pemula dalam membangun bisnisnya tentunya akan mewujudkan optimalisasi kemampuan yang dimiliki.

Di Kelurahan Setu ada komunitas bisnis yang luar biasa yang membangun bisnis dari berbagai jenis dan kesadaran akan pentingnya inovasi proses ini tinggi, artinya mereka masih mau mendengarkan masukan dari berbagai pateri atau pendamping sehingga mampu membuat produk berkualitas dan berkelanjutan. Kemampuan mereka terus terupgrade walau dengan *what's up* yang berkelanjutan.

5. Inovasi Produk

Dalam Inovasi produk pengusaha pemula sudah mulai sadar diri bahwa betapa urgen akan inovasi produk ini. Dari responden pengusaha pemula yang tergabung dalam Jakpreneur di Kecamatan Cipayung dan Ciracas ada 321 pengusaha pemula dan mereka sangat antusias apalagi ada area untuk berjualan bersama dalam bazar rutin. Selama dalam pendampingan ada beberapa hal yang sudah mulai meningkat.

a. Kinerja Produk

Dari peningkatan fitur produk hingga inovasi kualitas produk, inovasi yang terlibat dalam peningkatan produk yang sudah ada atau produk baru masuk dalam jenis inovasi ini. Pengusaha pemula terus sadar akan kinerja produknya artinya mereka terus mengembangkan kinerja produk melalui inovasi yang luar biasa. Sebenarnya pengusaha pemula sudah tahu apa yang harus dilakukan dalam membangun kinerja produk tapi terkadang tidak tahu akan mengawalinya dari mana dulu.

Mereka sering kebingungan jadi akhirnya hanya jualan yang selama ini ditekuni saja. Misanya jualan *Cake* hanya satu jenis saja yang sebenarnya produknya dapat dioptimalkan dalam inovasi yang luar biasa. Satu yang menjadi catatan dari 321 responden ternyata masalahnya modal sehingga ini menjadi alasan dalam membangun kinerja produk. Memang hal ini tidak bisa kita langsung menyalahkan atau menyudutkan mereka karena memang itulah adanya, Apabila kita berbicara modal aspek keuangan akan merembet semua lini.

b. Sistem Saluran produk

Berbagai produk dan layanan pelengkap yang terkait dengan produk inti usaha juga membutuhkan inovasi, dan Inovasi Sistem Produk memastikan hal ini. Adanya pengembangan sistem informasi dan laman jualan *online* menjadi inovasi penting yang harus diperhatikan wirausaha atau pengusaha pemula ini. Adanya *marketplace*, Gofood,

Grabfood, Shopeefood dan banyak lagi laman yang tersedia untuk membangun bisnisnya. Inovasi bisnis sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digital.

Transformasi digital telah memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai industri, termasuk UMKM, dan telah mendorong munculnya model dan peluang bisnis baru. Platform *e-commerce* dapat membantu UMKM memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan mereka. Sebuah studi di Indonesia menemukan bahwa mayoritas pelaku UMKM menerima *e-commerce* dan mengakui pentingnya *e-commerce* dalam pengembangan bisnis. Mengadopsi *e-commerce* dapat bergantung pada faktor-faktor seperti sumber daya manusia, keuangan, dan infrastruktur (Kurniawati et al., 2021).

c. Inovasi Layanan

Inovasi terkait layanan adalah salah satu jenis inovasi terpenting yang didedikasikan untuk pengalaman pelanggan yang dioptimalkan. Dengan inovasi semacam ini, bisnis dapat meningkatkan penawaran layanan atau produk Anda dan memperbaiki masalah umum. Dalam penelitian ini inovasi layanan sudah mengikuti alur digital yang berkembang selama ini baru mencapai 57% sisanya masih tahap dengan konvensional.

Inovasi layanan adalah perubahan yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kinerja pemasaran dengan mempercepat sistem kerja pelayanan perusahaan melalui berbagai kombinasi baru dari faktor-faktor pelayanan yang ada (Sinurat,dkk, 2017; Owano et al., 2013; Dhewanto et al., 2013; Suwarno, 2015). Namun hal ini juga tidak mudah bagi Pengusaha Pemula walaupun dari *marketplace* dan *platform* bisnis *online* sudah ada pemasarannya yang langsung ke pengusaha pemula mendampingi cara membuat bisnis *onlinenya*.

Marketplace dan *platform* bisnis tertentu bekerja sama dengan komunitas bisnis dan mendampingi secara khusus. Penelitian Utami dan Sri (2015) menemukan kepuasan pelanggan memediasi pengaruh inovasi layanan terhadap loyalitas pelanggan. Sukarmen et al. (2013) dalam penelitiannya menemukan bahwa inovasi produk dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

d. Inovasi Merek

Berbagai jenis strategi inovasi untuk mengoptimalkan *branding* perusahaan Anda, sehingga dapat menonjol dari pesaing lain dan alternatif di pasar masuk dalam kategori inovasi merek. Meningkatkan titik kontak pelanggan, keterlibatan, periklanan, dan strategi *branding* merupakan bagian integral dari inovasi merek. Pengusaha pemula juga diberikan bagaimana inovasi mereknya terutama dalam *branding* mereknya sehingga mudah dikenali masyarakat.

e. Inovasi Segmen Pelanggan

Setiap bisnis ingin mengoptimalkan interaksinya dengan audiens targetnya, dan Inovasi Segmen Pelanggan dikaitkan dengan strategi ini. Pemahaman yang tepat tentang pelanggan dan menyalurkan hubungan yang konstruktif dan produktif dengan pelanggan potensial dan pelanggan yang sudah ada merupakan bagian integral dari jenis inovasi tersebut. Demikian juga pengusaha pemula sudah melakukan inovasi segmen pelanggan. Mereka sudah menyadari bahwa pelanggan yang loyal sangat penting sehingga terus membangun kepuasan pelanggannya dengan berbagai penawaran.

Segmentasi pelanggan adalah pendekatan yang membantu perusahaan membagi basis pelanggan mereka menjadi kelompok yang berbeda, berdasarkan karakteristik dan perilaku yang serupa. Tujuan utama dari segmentasi pelanggan adalah untuk memahami perilaku pelanggan, menganalisis preferensi mereka, dan mengidentifikasi kelompok pelanggan yang memiliki kebutuhan serupa. Salah

satu metode yang efektif dalam segmentasi pelanggan adalah metode *K-means clustering*.

Metode ini telah banyak digunakan dalam berbagai penelitian dan aplikasi bisnis. Misalnya, dalam penelitian Zhang dkk, mereka mengaplikasikan metode *K-means clustering* untuk mengelompokkan pelanggan penjualan secara *online* berdasarkan atribut seperti perilaku pembelian, preferensi harga, dan demografi. Hasilnya menunjukkan bahwa segmentasi pelanggan dapat membantu perusahaan *e-commerce* dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif (Zhang et al., 2020).

IV. KESIMPULAN

1. Pengusaha pemula terus membangun diri dalam berinovasi dan tentunya ada yang semangat dan ada yang hanya memproduksi dan jualan saja. Hal ini harus mendapatkan perhatian secara khusus dalam pendampingan.
2. Pengusaha pemula menerapkan model inovasi bisnis sehingga akan tertata dengan baik dengan didasarkan pada *start up* titik nol (pemula) atau dan *start up* titik pengembangan.
3. Pengusaha pemula harus ikut komunitas sehingga terjaga dan mendapatkan pendampingan secara intens dari berbagai aspek sehingga inovasi dan keberlanjutan bisnis akan terwujud.
4. Inovasi layanan sudah mengikuti alur digital yang berkembang selama ini baru mencapai 57% sisanya masih tahap dengan konvensional.

V. REKOMENDASI KEBIJAKAN (*POLICY BRIEF*)

1. Pemerintah sebaiknya memberikan dukungan fasilitas dalam peningkatan inovasi bagi pengusaha pemula dengan memberikan pelatihan-pelatihan dan pendampingan secara gratis dan berkelanjutan bukan hanya pengusaha pemulanya yang datang ke kantor Dinas atau Kelurahan, Kecamatan saja

tetapi Pemerintah melalui pendamping yang disediakan secara khusus oleh pihak Dinas UMKM setempat yang *visit* langsung ke tempat usaha sehingga Pengusaha Pemula tidak meninggalkan usahanya.

2. Pemerintah memfasilitasi adanya Inovasi Permodalan sehingga Pengusaha Pemula dapat diringankan usahanya dengan peminjaman yang lunak melalui perbankan tanpa syarat yang detail tapi aman bagi kedua belah pihak sehingga pengusaha pemula mampu berinovasi dalam produknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhiyansyah, A., Firdaus, F. F., & Aritejo, B. A. (2021). Analysis of the Influence of Factors Affecting Purchase Intention of Premium Items in MOBA-Type Online Games. *Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen)*, 4(2), 91–101.
- Edgar, T. E., Spencer, I., & Fachira, I. (2022). Developing an Internationalisation Process through Digital Transformation: An Evidence in British MSMEs. Proceedings of the 6th International Conference on E Commerce, *E-Business and E-Government*, 70–76.
- Kurniawati, E., Idris, I., Handayati, P., & Osman, S. (2021). Digital transformation of MSMEs in Indonesia during the pandemic. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 9(2), 316.
- RM Yordan Antanegoro¹, Djasuro Surya², Fauzi Sanusi³, (2017) *Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas*. Pascasarjana, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Schumpeter, J. A. (1912). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Siti Mahmudah (2023), Model Kewirausahaan *Start Up* Titik Nol dan *Start Up* Pengembangan (2023), Universitas IPWIJA.

Sinurat, Elinawati Susi Mentari; Bode Lumanauw dan Ferdy Roring. 2017. "Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga". *Jurnal EMBA* Vol.5 No.2 Juni 2017, Hal. 2230-2239, ISSN : 2303-1174.

Zhang, Z., Ni, G., & Xu, Y. (2020). *Comparison of Trajectory Clustering Methods based on K means and DBSCAN*. Proceedings of 2020 IEEE International Conference on Information Technology, Big Data and Artificial Intelligence, *ICIBA 2020*, 557-561. <https://doi.org/10.1109/ICIBA50161.2020.9277214>

PROFIL PENULIS



Dra. Siti Mahmudah, M.M.

Penulis Lulus Strata Satu dari Universitas Negeri Yogyakarta, S2 Konsentrasi Pemasaran dari Universitas IPWIJA dan sedang menyelesaikan Doktor Ilmu Manajemen Konsentrasi Pemasaran. Sebagai Dosen Tetap Universitas IPWIJA. Selain itu menjadi Asesor Bidang Pendamping Wirausaha dan SDM. Sosok ini menjadi Peneliti di sebuah agen penelitian besar di Indonesia dari tahun 2004 hingga 2019 yang menggelontorkan produk yang kita nikmati dari Perusahaan besar di Indonesia. Selama ini sudah mengibarkan Prestasi mendapatkan Hibah Mahasiswa untuk Kewirausahaan dari Kemendikbud sebanyak 19 tim dari tahun 2020-2023 mendapatkan hibah tingkat nasional. Tahun 2022 menjadi Pendamping Terbaik Versi Kemendikbud. Selain itu menjadi Konten Kreator pada Facebook Pro dengan mendapatkan gaji bulanan dari FBPRO sejak tahun 2023. Komitmennya menjadi Pendamping Wirausaha seumur hidup. Pendampingan di Jakpreneur Jakarta Timur, di Kelurahan Setu Jakarta Timur, UMKM Kalimantan Selatan, Sebagai Garda Transfumi Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM Siap Eksport Turkey dan

Malaysia. Karya Buku tentang Kewirausahaan ada dua buku, dan sedang menyelesaikan Buku Pendampingan Eksport UMKM Diaspora Turkey bersama Putrinya Inas Mayda El Zahwa dan Diaspora.

Memulai langkah pertama dalam dunia kewirausahaan sering kali terasa seperti melangkah ke wilayah yang belum terpetakan. Ada tantangan, ketidakpastian, dan pertanyaan yang mungkin belum terjawab. Namun, dengan dorongan yang tepat, setiap ide sederhana dapat menjadi pijakan menuju sesuatu yang luar biasa.

"Langkah Awal Kewirausahaan: Strategi dan Inspirasi untuk Pengusaha Pemula" hadir untuk memberikan semangat dan keyakinan kepada siapa saja yang memiliki impian besar namun masih ragu untuk memulai. Buku ini tidak hanya menjadi teman setia dalam perjalanan wirausaha Anda, tetapi juga sumber inspirasi yang mampu menggugah semangat dan membuka wawasan baru.

Dilengkapi dengan cerita-cerita penuh makna dari mereka yang pernah berada di titik awal yang sama, buku ini menggambarkan bahwa kesuksesan tidak datang dalam semalam. Setiap perjalanan memilikiliku-likunya sendiri, tetapi setiap langkah kecil yang diambil mendekatkan Anda pada tujuan besar.

Melalui pendekatan yang membumi dan berfokus pada motivasi, buku ini dirancang untuk menginspirasi pembaca agar berani bermimpi besar dan bertindak lebih jauh. Dengan keyakinan, kreativitas, dan dedikasi, Anda pun bisa menjadi pengusaha yang mampu membuat perbedaan.

Bersiaplah untuk membuka babak baru dalam hidup Anda dan jadilah bagian dari perubahan besar. **"Langkah Awal Kewirausahaan"** adalah pijakan untuk melangkah maju dengan penuh percaya diri, menyambut peluang, dan menuliskan kisah sukses Anda sendiri.



MEGAPRESS

Anggota IKAPI Nomor: 4911/IKAPI-02

E-Mail: info.megapress@gmail.com

Office: Gedung Park 41 Gedung Capem Jaya Blok D-01, Cirebon, Jemberga

Surabaya - Jawa Timur | Indonesia 60131

Telp: 031-83300000





IKAPI
IKATAN PENERBIT INDONESIA



CERTIFICATE *Of Authorship*

Numb. : 15/STF/I/2025

Presented to

Dra. Siti Mahmudah, M.M

**Langkah Awal Kewirausahaan:
Strategi Dan Inspirasi Untuk
Pengusaha Pemula**

ISBN: 978-623-508-571-5 (Cetak)
978-623-508-572-2 (PDF)



Hopefully the script provided has an impact
good in life and useful for others.

Sumedang, April 2025

Director of CV. Mega Press Nusantara



MEGA PRESS
NUSANTARA

Yosep Saipul Milah

CV. MEGA PRESS NUSANTARA

Head Office

Ruko 1 C, Janati Park, Cibeusi
Jatinangor - Sumedang, 45363
Telp : 0812 1208 8836

Branch Office

Jl. Perumahan Anai Lestari A4
Kuranji Padang
Telp : 0821 7048 0234

