

LANGKAH AWAL KEWIRAUSAHAAN

Strategi dan Inspirasi untuk Pengusaha Pemula



UMKM

Penulis:

Prof. Dr. Slamet Ahmadi, M.M.
Dado Mulyana, S.E., M.M.
Muh. Ali Maskuri, S.E., XII
Widodo, S.Pd., M.M.
Felzel Ferouk, S.E., M.M.
Angko 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 Praslowati, M.A.
Dra. Siti Mahmudah, M.M.
Drs. Jayadi, M.M.
Dina Mardiana, M.M.
Yoyo Indah Gunawan, S.E., M.M.

Editor:

Susanti Widhiastuti

**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 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 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 (POLICY BRIEF).....	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 (POLICY BRIEF).....	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 (POLICY BRIEF).....	454
DAFTAR PUSTAKA.....	455
PROFIL PENULIS.....	456

BAB 14: KIAT 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

14

BAB 14: KIAT SUKSES DAN INSPIRASI UNTUK PENGUSAHA PEMULA

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

Universitas IPWIJA
e-mail:yigunawan@ipwija.ac.id

ABSTRAK

Memulai dan mengelola bisnis biasanya menjadi tantangan bagi pengusaha pemula. Tujuan dari artikel ini adalah untuk memberikan panduan praktis untuk menjadi pengusaha pemula yang sukses. Mengetahui dasar-dasar merencanakan bisnis, strategi pengelolaan keuangan, dan menjadi kreatif untuk mengatasi tantangan pasar yang kompetitif adalah beberapa kiat sukses yang efektif yang dibahas. Artikel ini juga membicarakan tentang fungsi jejaring bisnis, adaptasi teknologi, dan penerapan manajemen risiko yang bijak. Artikel ini membahas masalah umum yang dihadapi pengusaha pemula dan memberikan informasi dan solusi untuk mengatasi masalah tersebut. Sebaliknya, pengembangan bisnis di masa depan berfokus pada tren teknologi, keberlanjutan, dan perilaku konsumen yang semakin dinamis. Untuk mencapai keberhasilan, artikel ini membantu pengusaha pemula memahami kondisi bisnis saat ini.

Kata Kunci: Pengusaha Pemula, Kiat Sukses, Manajemen Keuangan, Inovasi, Tren Bisnis

I. PENDAHULUAN

Dengan berbagai bidang yang terus berkembang, mulai dari pariwisata, manufaktur, hingga teknologi, industri Indonesia memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. Pengusaha pemula memiliki peluang besar untuk memainkan peran yang signifikan dalam meningkatkan perekonomian negara. Namun, pengusaha pemula membutuhkan banyak saran dan pengetahuan yang tepat untuk berhasil menjalankan bisnis mereka. Untuk sukses dalam bisnis mereka, pengusaha pemula harus mempelajari hal-hal seperti pemahaman pasar, manajemen risiko, strategi pemasaran, dan pentingnya inovasi. Selain itu, pembicaraan ini membahas masalah yang sering dihadapi pengusaha baru dan cara mengatasi masalah tersebut agar mereka dapat bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang kompetitif.

II. STATE OF THE ART

Dalam era digital dan globalisasi yang berkembang pesat saat ini, pengusaha pemula memiliki akses yang lebih besar terhadap informasi dan teknologi yang dapat membantu mereka mengembangkan bisnis mereka. Media sosial dan platform digital telah menjadi alat yang sangat berguna untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar. Namun, tantangan baru muncul bersamaan dengan peluang yang ada, terutama dalam hal adaptasi terhadap teknologi dan persaingan yang semakin ketat. Dalam situasi seperti ini, sangat penting bagi pengusaha

sangat berguna untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar. Namun, tantangan baru muncul bersamaan dengan peluang yang ada, terutama dalam hal adaptasi terhadap teknologi dan persaingan yang semakin ketat. Dalam situasi seperti ini, sangat penting bagi pengusaha pemula untuk memahami tren pasar, kemajuan teknologi, dan bagaimana mereka dapat memanfaatkan peluang untuk meningkatkan hasil bisnis mereka.

1. Pentingnya Memahami Tren Pasar

Konsumen yang peduli terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial menjadi lebih penting di pasar saat ini, seperti yang ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Asante. Penelitian ini menemukan bahwa konsumen yang bertanggung jawab secara sosial lebih cenderung memilih barang-barang yang menggambarkan nilai-nilai ini dan bahkan bersedia membayar lebih banyak untuk barang-barang yang mereka anggap memiliki dampak positif terhadap lingkungan dan masyarakat (Sari et al., 2024).

Oleh karena itu, pengusaha pemula harus mempertimbangkan elemen-elemen ini saat membuat kampanye pemasaran untuk menarik perhatian pelanggan yang semakin sadar akan masalah sosial dan lingkungan.

2. Inovasi Teknologi dan Pemasaran Digital

Cara pengusaha berinteraksi dengan pelanggan telah berubah karena kemajuan teknologi, terutama dalam pemasaran digital. Rakhmawati menyatakan bahwa pemasaran media sosial dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen karena media sosial memungkinkan interaksi yang lebih langsung dan personal antara pelanggan dan merek (Sijabat et al., 2024).

Selain itu, seperti yang ditunjukkan oleh Dana et al., reputasi sumber informasi dan kredibilitas platform *e-commerce* dapat secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian pelanggan (Selamat & Tunjungsari, 2021). Akibatnya, pengusaha pemula harus memanfaatkan teknologi ini untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan mereka.

3. Memanfaatkan Media Sosial untuk Meningkatkan Daya Saing

Media sosial tidak hanya dapat digunakan untuk pemasaran, tetapi juga dapat membangun komunitas dan meningkatkan kesetiaan pelanggan kepada merek. Kurniawan menemukan bahwa pemasaran media sosial dapat meningkatkan

loyalitas pelanggan terhadap merek dan berdampak positif pada keputusan mereka untuk membeli sesuatu (Ayu Ningtyas & Ali Alam, 2022). Pengusaha pemula dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan membuat pengalaman pelanggan yang lebih menarik dengan menggunakan media sosial secara efektif.

4. Tantangan dalam Adaptasi Teknologi

Terlepas dari fakta bahwa ada banyak peluang, pengusaha pemula juga menghadapi kesulitan untuk menyesuaikan diri dengan teknologi baru. Menurut Sudirjo, banyak pengusaha masih kesulitan memanfaatkan teknologi digital dan media sosial secara efektif (Febrianti & Fikriyah, 2023). Oleh karena itu, pengusaha harus tetap belajar dan mengikuti perkembangan teknologi agar tetap relevan di pasar yang kompetitif.

5. Tanggung Jawab Sosial dan Keberlanjutan

Keberlanjutan dan tanggung jawab sosial sekarang menjadi pertimbangan penting bagi pelanggan saat memilih produk apa yang mereka beli. Studi Kinasih menunjukkan bahwa praktik tanggung jawab sosial perusahaan dan pemasaran hijau dapat memengaruhi pilihan pelanggan untuk membeli produk (Muhammad Taufiq Hidayat & Achmad Maqsudi, 2024). Pengusaha pemula harus mempertimbangkan untuk memasukkan praktik keberlanjutan ke dalam model bisnis mereka untuk memenuhi harapan konsumen dan membantu lingkungan.

III. PEMBAHASAN

A. Dasar-dasar Memulai Usaha (Menyusun Rencana Bisnis yang Matang)

Memulai bisnis adalah langkah yang sulit, terutama bagi pengusaha baru. Menyusun rencana bisnis yang matang adalah bagian penting dari memulai usaha. Rencana bisnis yang baik menarik investor dan membantu pengambilan keputusan strategis. Beberapa komponen penting yang harus diperhatikan dalam

konteks ini adalah visi dan misi, analisis pasar, strategi pemasaran, proyeksi keuangan, dan analisis SWOT.

1. Visi dan Misi

Setiap rencana bisnis didasarkan pada visi dan misi. Visi memberikan gambaran tentang apa yang ingin dicapai oleh usaha dalam jangka panjang, sedangkan misi menjelaskan tujuan dan alasan usaha tersebut ada. Menurut Sijabat, penyusunan rencana bisnis adalah penting bagi pelaku UMKM di Desa Gunungpring karena memiliki visi dan misi yang jelas dapat membantu pengusaha mengatasi masalah bisnis mereka saat ini (Sijabat et al., 2024). Ini sejalan dengan pendapat Sari, yang menyatakan bahwa pemahaman yang baik tentang tujuan usaha dapat meningkatkan motivasi dan komitmen seluruh tim (Sari et al., 2024).

2. Analisis Pasar

Analisis pasar adalah bagian penting dari pemahaman tentang lingkungan bisnis. Ini mencakup pengenalan pasar sasaran, analisis demografis, dan analisis perilaku konsumen. Menurut Selamat dan Tunjungsari (2021), analisis pasar yang baik membantu pengusaha mengidentifikasi peluang dan hambatan di pasar sehingga mereka dapat menyesuaikan produk atau layanan mereka.

3. Strategi Pemasaran

1. Salah satu bagian penting dari rencana bisnis yang efektif adalah strategi pemasaran, yang harus mencakup strategi untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Ningtyas dan Alam mengatakan bahwa pemasaran yang efektif harus mampu memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan (Ayu Ningtyas & Ali Alam, 2022). Fauzi juga mengatakan bahwa untuk dapat bersaing secara efektif, strategi pemasaran yang baik harus mempertimbangkan kondisi pasar dan perilaku konsumen (Febrianti & Fikriyah, 2023).

4. Proyeksi Keuangan

Bagian penting dari rencana bisnis adalah proyeksi keuangan, yang memberikan gambaran tentang keadaan keuangan perusahaan. Ini mencakup perkiraan pendapatan, biaya, dan keuntungan. Proyek keuangan yang realistis dan berbasis data akan membantu pengusaha menarik investor dan merencanakan kebutuhan modal (Muhammad Taufiq Hidayat, Achmad Maqsudi, 2024).

Selain itu, produktivitas dan keuntungan finansial pelaku UMKM dapat ditingkatkan dengan keterampilan perencanaan keuangan yang lebih baik, menurut Fauziah et al. (Fauziah et al., 2020).

5. Analisis SWOT

Pengusaha dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang posisi mereka di pasar dengan menggunakan alat strategis yang dikenal sebagai analisis SWOT. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh usaha, menurut Soelaiman dan Liusca (2022).

Pengusaha dapat melakukan analisis SWOT untuk mengetahui hal-hal yang perlu diperbaiki dan peluang apa yang dapat mereka manfaatkan untuk memperluas bisnis mereka. Studi Farizi menunjukkan bahwa analisis SWOT dapat membantu dalam membuat strategi menghadapi persaingan (Iqbal Al Farizi et al., 2023).

B. Strategi Praktis untuk Keberhasilan Bisnis

Pengusaha pemula harus berkonsentrasi pada strategi praktis untuk menjalankan dan mengembangkan bisnis mereka setelah membangun dasar yang kuat melalui pembuatan rencana bisnis yang matang. Beberapa langkah penting yang perlu diperhatikan dalam hal ini adalah pengelolaan keuangan yang efektif, penggunaan platform *e-commerce*, dan pengembangan jejaring bisnis yang kuat:

1. Pengelolaan Keuangan yang Efisien

Keberhasilan perusahaan bergantung pada pengelolaan keuangan yang efektif. Pengusaha harus mencari sumber pembiayaan yang tepat, memprioritaskan pengeluaran, dan mengelola arus kas mereka dengan bijak. Untuk memastikan bahwa perusahaan tetap likuid dan dapat beroperasi dengan baik, Hidayat menyatakan bahwa pengelolaan keuangan yang baik mencakup pencatatan yang akurat serta analisis pengeluaran dan pendapatan (Sijabat et al., 2024), seperti:

- a. Arus Kas: Arus kas positif memungkinkan pengusaha memenuhi kewajiban finansial mereka dan berinvestasi dalam pertumbuhan. Pengusaha yang memiliki pemahaman yang kuat tentang arus kas cenderung lebih sukses (Sari et al., 2024).
- b. Prioritas Pengeluaran: Langkah penting dalam pengelolaan keuangan adalah menemukan dan memprioritaskan pengeluaran yang penting. Pengusaha harus membuat perbedaan antara pengeluaran yang dapat ditunda dan yang wajib. Hal ini akan membantu mereka mengalokasikan sumber daya dengan cara yang lebih efisien.
- c. Sumber Pembiayaan: Menentukan sumber pembiayaan yang tepat adalah bagian dari strategi keuangan. Pengusaha dapat mempertimbangkan pinjaman bank, investor, atau *crowd-funding*. Pengusaha yang mampu memilih sumber pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka memiliki peluang lebih besar untuk berhasil, menurut penelitian Rakhmawati (Selamat & Tunjungsari, 2021).

2. Pemanfaatan Platform E-commerce

Memanfaatkan platform *e-commerce* adalah langkah praktis yang dapat diambil oleh pengusaha pemula untuk menjual produk mereka. Platform ini memungkinkan mereka untuk mengakses lebih banyak pelanggan tanpa biaya operasi yang tinggi. Menurut penelitian oleh Dana et al., penggunaan *e-commerce* dapat meningkatkan visibilitas produk dan memper-

luas jangkauan pasar, yang sangat penting di era internet saat ini (Ayu Ningtyas & Ali Alam, 2022). Beberapa keuntungan e-commerce termasuk:

- a. Keuntungan *e-commerce*: *e-commerce* memungkinkan pengusaha untuk menjangkau pelanggan di berbagai tempat tanpa harus memiliki toko fisik. Hal ini tidak hanya mengurangi biaya sewa dan biaya operasional, tetapi juga memungkinkan pengusaha beroperasi 24 jam sehari. Belanja *online* semakin populer karena kemudahan dan kenyamanan, menurut penelitian Asante (Febrianti & Fikriyah, 2023).
- b. Strategi Pemasaran Digital: Pengusaha harus membuat strategi pemasaran digital yang efektif untuk memaksimalkan potensi *e-commerce* mereka. Penggunaan media sosial, SEO (*Search Engine Optimization*), dan iklan *online* adalah semua contoh metode untuk menarik perhatian pelanggan. Kurniawan menyatakan bahwa pemasaran digital yang efektif dapat meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan (Muhammad Taufiq Hidayat & Achmad Maqsudi, 2024).

3. Jejaring Bisnis yang Kuat

Jejaring bisnis sangat penting untuk membangun hubungan dan memanfaatkan peluang baru. Menjalinkan hubungan dengan pelanggan, pelaku bisnis lain, dan pemangku kepentingan dapat menawarkan keuntungan yang signifikan dalam persaingan. Menurut Sudirjo, jejaring yang kuat dapat membantu pengusaha dalam mendapatkan informasi pasar, peluang kolaborasi, dan dukungan dalam pengembangan bisnis. Beberapa contohnya termasuk:

- a. Kolaborasi dan Kemitraan: Pengusaha dapat mencari peluang untuk bekerja sama dengan perusahaan lain untuk saling menguntungkan (Fauziah et al., 2020). Misalnya, pengusaha dapat mempercepat pengiriman barang mereka dengan bekerja sama dengan penyedia layanan logistik. Farizi menemukan bahwa kerja tim dapat meningkatkan

daya saing dan inovasi perusahaan (Soelaiman & Liusca, 2022).

- b. Partisipasi dalam Komunitas Bisnis: Ada manfaat bergabung dengan asosiasi industri atau komunitas bisnis. Ini memungkinkan pengusaha untuk berbagi pengalaman, belajar dari pengalaman orang lain, dan mendapatkan akses ke sumber daya yang mungkin tidak dapat mereka akses sendiri.

C. Mengatasi Tantangan dalam Dunia Bisnis

Banyak masalah yang dihadapi oleh pengusaha pemula dapat menghalangi keberhasilan bisnis mereka. Salah satu masalah terbesar adalah ketidakpastian dan risiko yang tidak terduga. Banyak pengusaha mengalami kegagalan karena mereka tidak siap menghadapi risiko yang muncul dalam bidang keuangan, pemasaran, atau manajemen operasional. Oleh karena itu, penting bagi pengusaha untuk memperoleh keterampilan manajemen risiko dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar yang cepat.

Mengidentifikasi dan Menganalisis Risiko

Langkah pertama dalam mengatasi masalah adalah menentukan bahaya. Pengusaha, menurut Gupta, harus memahami berbagai komponen yang dapat mempengaruhi efisiensi dan kemajuan perusahaan mereka, termasuk risiko yang terkait dengan operasional dan pemasaran (Sijabat et al., 2024). Semua bagian bisnis, mulai dari keuangan hingga pemasaran, harus memiliki identifikasi risiko ini dilakukan secara menyeluruh.

Pengusaha harus melakukan analisis risiko secara berkala setelah risiko diidentifikasi; ini penting untuk mengevaluasi dampak dan potensi risiko. Sukrisno menekankan bahwa analisis risiko yang baik melibatkan menilai seberapa besar dampak risiko terhadap perusahaan dan seberapa besar kemungkinan risiko tersebut terjadi (Sari et al., 2024). Pengusaha dapat melakukan analisis ini untuk menentukan risiko mana yang harus ditangani terlebih dahulu.

Merencanakan Langkah Mitigasi yang Efektif

Setelah analisis risiko selesai, pengusaha harus membuat strategi untuk mengurangi risiko. Menurut Tasaddoghi et al., pengembangan kebijakan internal yang jelas untuk mengatasi risiko tertentu, diversifikasi produk, dan penggunaan asuransi untuk melindungi bisnis dari risiko finansial yang signifikan adalah beberapa contoh tindakan mitigasi (Selamat & Tunjungsari, 2021).. Pengusaha dapat mengurangi dampak risiko dengan merencanakan langkah-langkah mitigasi yang tepat.

Kemampuan Beradaptasi dengan Perubahan Pasar

Pengusaha harus memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar yang cepat selain menangani risiko. Di era modern, preferensi konsumen dan kemajuan teknologi dapat memengaruhi keberhasilan bisnis. Kinasih menunjukkan bahwa pengusaha yang dapat menyesuaikan diri dengan perubahan pasar cenderung lebih sukses dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnis mereka. Pengusaha harus selalu mengamati tren pasar dan mengembangkan cara baru untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang berkembang. Untuk tetap relevan di pasar yang kompetitif, Ahmad et al. mengatakan bahwa inovasi dalam strategi pemasaran dan pengembangan produk sangat penting (Ayu Ningtyas & Ali Alam, 2022).

Pentingnya Jejaring Bisnis

Jejaring bisnis sangat penting untuk mengatasi masalah. Menjalinkan hubungan dengan pelanggan, pelaku bisnis lain, dan pemangku kepentingan dapat menawarkan keuntungan yang signifikan dalam persaingan. Menurut Riani et al., jejaring yang efektif dapat membantu pengusaha mendapatkan informasi pasar, menemukan peluang kerja sama, dan mendukung pertumbuhan bisnis mereka (Febrianti & Fikriyah, 2023). Pengusaha dapat memperluas akses mereka ke sumber daya dan informasi yang dapat membantu mereka mengatasi tantangan yang dihadapi dengan membangun jejaring yang kuat.

D. Tren Bisnis Masa Depan (Menghadapi Perubahan dan Peluang)

Berbagai tren baru, seperti teknologi, keberlanjutan, dan perubahan perilaku konsumen, akan memengaruhi masa depan bisnis. Pengusaha muda harus memahami dan memanfaatkan tren ini untuk lebih sukses. Kecerdasan buatan (AI), Internet of Things (IoT), dan *blockchain* dapat mengubah cara bisnis beroperasi. Selain itu, pengusaha harus mulai mempertimbangkan keberlanjutan dalam setiap aspek operasi mereka karena kesadaran konsumen akan masalah lingkungan dan sosial semakin meningkat.

Teknologi dan Inovasi

Pengusaha sekarang dapat meningkatkan efisiensi operasional dan pengambilan keputusan berkat kemajuan teknologi, terutama dalam bidang kecerdasan buatan dan analisis data. *Predictive analytics* dapat digunakan untuk menilai risiko dan memprediksi tren bisnis di masa depan, yang merupakan komponen penting bagi pengusaha saat merencanakan strategi (Kurniati et al., 2024).

Selain itu, pengusaha dapat mengumpulkan data secara real-time karena penggunaan teknologi seperti *Internet of Things* (IoT) (Selamat & Tunjung Sari, 2021). Terutama dalam meningkatkan keamanan dan transparansi transaksi, *blockchain* menjadi teknologi yang semakin populer. Pengusaha dapat membangun kepercayaan dengan pelanggan dan mitra bisnis dengan teknologi ini. Ini sangat penting untuk keberhasilan jangka panjang.

Keberlanjutan dan Tanggung Jawab Sosial

Konsumen semakin menyadari masalah lingkungan dan sosial. Menurut penelitian Judijanto, bisnis yang memasukkan prinsip keberlanjutan ke dalam model bisnis mereka lebih disukai oleh pelanggan (Sari et al., 2024). Akibatnya, pengusaha pemula harus mulai mempertimbangkan keberlanjutan dalam setiap aspek bisnis mereka, mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses produksi. Praktik bisnis yang berkelanjutan dapat mengurangi biaya operasional dalam jangka panjang dan menarik konsumen. Misalnya, penggunaan energi terbarukan dan pengurangan limbah dapat

membantu bisnis menghemat uang dan meningkatkan reputasi merek mereka.

Perubahan Perilaku Konsumen

Pengusaha juga harus mempertimbangkan perubahan perilaku konsumen. Ketika datang ke belanja *online*, kemudahan dan kecepatan menjadi prioritas utama bagi pelanggan. Pengusaha harus mengubah strategi pemasaran mereka untuk menjangkau audiens yang lebih luas karena semakin banyak konsumen yang beralih ke belanja *online*, menurut penelitian oleh Hanifah et al. (Selamat & Tunjungsari, 2021). Pengusaha harus menyadari fakta bahwa pelanggan modern cenderung memilih barang yang memenuhi kebutuhan dan prinsip sosial dan lingkungan mereka. Oleh karena itu, pengusaha harus menyampaikan nilai-nilai ini dalam strategi pemasaran mereka (Ayu Ningtyas & Ali Alam, 2022).

Pentingnya Pembaruan Pengetahuan

Pengusaha pemula harus tetap mengetahui tren pasar dan teknologi terbaru agar dapat bersaing di pasar yang terus berubah. Ini termasuk masalah keberlanjutan yang populer, perubahan dalam perilaku konsumen, dan kemajuan teknologi. Menurut Nurina, penggunaan *big data* dan analisis sentimen dapat membantu bisnis memahami preferensi pelanggan dan membuat strategi yang lebih baik (Febrianti & Fikriyah, 2023).

Pengusaha juga dapat meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka melalui pelatihan dan seminar. Oleh karena itu, mereka akan lebih siap menghadapi kesulitan dan memanfaatkan peluang di masa depan.

IV. KESIMPULAN

Untuk membangun bisnis yang berkelanjutan dan berkembang, sangat penting untuk mengetahui kiat sukses untuk pengusaha pemula. Pengusaha harus memiliki dasar yang kuat, merencanakan dengan matang, dan mengelola risiko dengan bijak sebelum memulai. Selain itu, penggunaan teknologi yang tepat dan adaptasi

terhadap perubahan pasar akan sangat memengaruhi keberhasilan jangka panjang. Pengusaha pemula memiliki kemungkinan lebih besar untuk berhasil dengan menggunakan strategi dan wawasan yang disajikan dalam bab ini. Kiat penting untuk sukses pengusaha pemula:

1. Membuat rencana bisnis yang matang dan terstruktur.
2. Mengelola keuangan dengan bijak dan mencari sumber pendanaan yang tepat.
3. Memanfaatkan teknologi dan jejaring bisnis untuk memperluas pasar.
4. Mengelola risiko dengan baik dan siap menghadapi tantangan yang muncul.
5. Menyadari tren bisnis masa depan dan pentingnya keberlanjutan dalam bisnis.

V. REKOMENDASI KEBIJAKAN (*POLICY BRIEF*)

1. Pemerintah sebaiknya memberikan dukungan berupa pelatihan dan akses ke sumber daya untuk pengusaha pemula, terutama dalam hal manajemen bisnis, keuangan, dan pemanfaatan teknologi digital. Ini akan membantu meningkatkan kesiapan mereka dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada.
2. Selain itu, kebijakan yang mendukung pengusaha kecil dan menengah untuk mengakses pembiayaan yang terjangkau sangat penting. Dengan mengurangi hambatan finansial, pengusaha pemula dapat lebih fokus pada pengembangan produk dan pemasaran untuk memperluas jangkauan usaha mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu Ningtyas, A., & Ali Alam, I. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Battery Shop Dimasa Pandemi Covid-19 Di Tengah Melambatnya Pertumbuhan Ekonomi Di Bandar Lampung. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(10), 1981–1990. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i10.292>
- Fauziah, F., Nurfadillah, M., & Karhab, R. S. (2020). Meningkatkan Produktivitas Pelaku UMKM melalui Pelatihan Perencanaan Bisnis. *Jurnal Abdimas Mahakam*, 4(1), 37–43. <https://doi.org/10.24903/jam.v4i1.716>
- Febrianti, D., & Fikriyah, A. (2023). Analisis Faktor Internal Dan Eksternal Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Pengolah Ikan Di Jembrana, Bali. *Buletin Ilmiah Marina Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 9(2), 151. <https://doi.org/10.15578/marina.v9i2.12385>
- Iqbal Al Farizi, M. N., Andesta, D., & Priyana, E. D. (2023). Implementasi Analisis SWOT dan Strategi Diversifikasi Terhadap Usaha Jasa Notaris. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 9(1), 70. <https://doi.org/10.24014/jti.v9i1.22033>
- Muhammad Taufiq Hidayat ; Achmad Maqsudi. (2024). Pelatihan Dan Pendampingan Karyawan Bumy Dalam Penyusunan Bussiness Plan. *ABDI MASSA: Jurnal Pengabdian Nasional* Vol. 03, No.04, Tahun (2023), 03(04), 37–48.
- Sari, S. P., Purnama, H., Elina, M., Juwita, F., & Sari, R. N. (2024). Pelatihan Wirausaha Dengan Tema” Berorientasi Pada Tindakan ” di Kelompok Program Keluarga Harapan (PKH) Nusa Indah. 5(2), 92–99.
- Selamat, F., & Tunjungsari, H. K. (2021). Meningkatkan Skala UMKM Jambi dengan Penyusunan Rencana Bisnis yang Aplikatif. *Journal of Sustainable Community Development (JSCD)*, 3(3), 172–177. <https://doi.org/10.32924/jscd.v3i3.54>

- Sijabat, Y. P., Hirawati, H., & Lionora, C. A. (2024). Pelatihan Perencanaan Bisnis UMKM Di Gunungpring. Sasambo: *Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 6(1), 114–121. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v6i1.1866>
- Soelaiman, L., & Liusca, C. (2022). Penyusunan Rencana Bisnis Sebagai Langkah Pengembangan Usaha Coffee Shop. Madani : *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 45–55. <https://doi.org/10.53834/mdn.v8i2.4883>