

Y

M

C

M

Penerbit Yayasan  
Cendikia Mulia Mandiri



# ENTREPRENEUR : STRATEGI DAN INOVASI BISNIS MODERN

Rineliana, S.E., M.E  
Sri Utami Permata, S.E., M.M  
Adhi Pratistha S, S.ST., M.M  
Adrianto, S.E., M.M  
Tri Esti Rahayuningtyas, S.E., M.M  
Martinus Renwarin, S.E., M.M  
Devi Susiati, S.T., M.T  
Dr. Agus Syam, S.Pd., M.Si

Editor: Wahyu Indri Yatno

# **ENTREPRENEUR : STRATEGI DAN INOVASI BISNIS MODERN**

**Penulis:**

**Rineliana, S.E., M.E**

**Sri Utami Permata, S.E., M.M**

**Adhi Pratistha S, S.ST., M.M**

**Adrianto, S.E., M.M**

**Tri Esti Rahayuningtyas, S.E., M.M**

**Martinus Renwarin, S.E., M.M**

**Devi Susiati, S.T., M.T**

**Dr. Agus Syam, S.Pd., M.Si**

**Editor:**

**Wahyu Indri Yatno**



**Penerbit Yayasan  
Cendikia Mulia Mandiri**

# **ENTREPRENEUR STRATEGI DAN INOVASI BISNIS MODERN**

## **Penulis:**

Rineliana, S.E., M.E  
Sri Utami Permata, S.E., M.M  
Adhi Pratistha S, S.ST., M.M  
Adrianto, S.E., M.M  
Tri Esti Rahayuningtyas, S.E., M.M  
Martinus Renwarin, S.E., M.M  
Devi Susiati, S.T., M.T  
Dr. Agus Syam, S.Pd., M.Si

## **Editor:**

Wahyu Indri Yatno

## **Penerbit:**

Yayasan Cendikia Mulia Mandiri

## **Redaksi:**

Perumahan Cipta No.1  
Kota Batam, 29444  
**Email:** cendikiamuliamandiri@gmail.com

**ISBN:** 978-634-7610-27-0

**Terbit:** April 2026

**IKAPI:** 011/Kepri/2022

## **Ukuran:**

xii hal + 322 hal;  
14,8cm x 21cm

Cetakan Pertama, 2026.  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang.  
Dilarang Keras Memperbanyak Karya Tulis Ini Dalam Bentuk Dan Dengan Cara Apapun  
Tanpa Izin Tertulis Dari Penerbit

---

# KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga buku yang berjudul **“Entrepreneur: Strategi dan Inovasi Bisnis Modern”** ini dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini disusun sebagai upaya untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai konsep kewirausahaan, strategi bisnis, serta pentingnya inovasi dalam menghadapi dinamika dunia usaha yang semakin kompetitif di era modern.

Perkembangan teknologi, globalisasi, serta perubahan perilaku pasar telah mendorong para pelaku usaha untuk terus beradaptasi dan berinovasi. Kewirausahaan tidak lagi hanya dipahami sebagai kemampuan memulai usaha, tetapi juga sebagai kemampuan untuk menciptakan nilai, memanfaatkan peluang, serta mengelola risiko secara strategis. Oleh karena itu, pemahaman mengenai strategi bisnis yang tepat dan kemampuan berinovasi menjadi faktor penting dalam menciptakan keberlanjutan usaha.

Buku ini disusun untuk memberikan gambaran mengenai konsep dasar kewirausahaan, strategi pengembangan bisnis, model inovasi, pemanfaatan teknologi digital, serta berbagai pendekatan yang dapat

digunakan oleh para wirausahawan dalam mengembangkan usaha yang kompetitif dan berkelanjutan. Materi dalam buku ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, akademisi, pelaku usaha, maupun masyarakat umum yang memiliki minat dalam bidang kewirausahaan dan pengembangan bisnis.

Penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga bagi semua pihak yang telah berpartisipasi. Terakhir seperti kata pepatah bahwa” Tiada Gading Yang Tak Retak” maka penulisan buku ini juga jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis sangat berterima kasih.

2026

**Penulis**

# DAFTAR ISI

**KATA PENGANTAR ..... iii**

**DAFTAR ISI ..... v**

## **BAB I KONSEP DASAR ENTREPRENEURSHIP**

Rineliana, S.E., M.E ..... **1**

1.1. Pendahuluan ..... 1

1.2. Definisi dan Pengertian Entrepreneurship .... 2

1.3. Sejarah dan Perkembangan  
Entrepreneurship ..... 4

1.3.1. Entrepreneurship di Indonesia ..... 5

1.3.2. Jenis-Jenis Entrepreneurship ..... 6

1.3.3. Peran dan Fungsi Entrepreneur dalam  
Ekonomi ..... 8

1.4. Proses Entrepreneurship ..... 9

1.5. Ekosistem Entrepreneurship ..... 11

1.6. Mitos dan Realitas Entrepreneurship ..... 12

1.7. Tantangan dan Peluang di Era Modern ..... 14

1.8. Ringkasan ..... 15

## **BAB II KARAKTERISTIK DAN KOMPETENSI ENTREPRENEUR SUKSES**

Sri Utami Permata, S.E., M.M. .... **17**

2.1. Definisi Entrepreneur dan Jiwa  
Kewirausahaan ..... 17

2.2. Karakteristik Personal Entrepreneur Sukses  
(The "Who") ..... 21

2.3.	Kompetensi Teknis dan Manajerial (The "What") .....	26
2.4.	Kompetensi Sosial dan Relasional.....	30
2.5.	Kreativitas dan Kemampuan Memecahkan Masalah.....	35
2.6.	Studi Kasus: Profil Entrepreneur Sukses.....	38
2.7.	Mengembangkan Diri Menjadi Entrepreneur .....	43

### **BAB III IDE DAN KREATIVITAS DALAM KEWIRAUSAHAAN**

Sri Utami Permata, S.E., M.M.....	<b>49</b>	
3.1.	Hakikat Ide dalam Kewirausahaan .....	49
3.2.	Kreativitas: Mesin Penghasil Ide.....	53
3.3.	Teknik Menggali Ide (Idea Generation) .....	58
3.4.	Validasi Ide: Uji Kelayakan Pasar.....	63
3.5.	Dari Ide Menuju Konsep Produk/Layanan .	68
3.6.	Menjaga Aliran Ide dalam Bisnis.....	73
3.7.	Studi Kasus: Perjalanan Ide Menjadi Bisnis	77

### **BAB IV INOVASI PRODUK DAN LAYANAN**

Adhi Pratistha S, S.ST., M.M.....	<b>85</b>	
4.1.	Konsep Dasar Inovasi .....	85
4.2.	Tipe-Tipe Inovasi.....	89
4.3.	Proses Inovasi: Dari Ide ke Pasar.....	93
4.4.	Inovasi Produk: Menciptakan Nilai Fungsi .	97
4.5.	Inovasi Layanan: Menciptakan Nilai Pengalaman.....	101
4.6.	Strategi Open Innovation dan Kolaborasi .	106

4.7.	Studi Kasus: Inovasi yang Mengubah Industri	109
------	---	-----

## **BAB V PENGEMBANGAN MODEL BISNIS**

Adrianto, S.E., M.M		<b>115</b>
5.1.	Apa Itu Model Bisnis?	115
5.2.	Kanvas Model Bisnis (Business Model Canvas - BMC)	119
5.3.	Jenis-Jenis Model Bisnis Populer	123
5.4.	Membangun Proposisi Nilai yang Kuat	128
5.5.	Strategi Penetapan Harga (Revenue Model)	132
5.6.	Validasi Model Bisnis: Lean Startup Approach	136
5.7.	Studi Kasus: Evolusi Model Bisnis	141

## **BAB VI STRATEGI PEMASARAN UNTUK ENTREPRENEUR**

Tri Esti Rahayuningtyas, S.E., M.M		<b>147</b>
6.1.	Paradigma Baru Pemasaran di Era Digital	147
6.2.	Membangun Brand yang Kuat dengan Modal Terbatas	151
6.3.	Strategi STP: Segmentasi, Targeting, dan Positioning	154
6.4.	Bauran Pemasaran 4P untuk Era Modern	158
6.5.	Digital Marketing untuk Entrepreneur	162
6.6.	Mengukur Efektivitas Pemasaran	165
6.7.	Strategi Memenangkan Hati Pelanggan	169

## **BAB VII MANAJEMEN KEUANGAN DAN PENDANAAN STARTUP**

Sri Utami Permata, S.E., M.M.....	175
7.1. Prinsip Dasar Manajemen Keuangan untuk Entrepreneur.....	175
7.2. Perencanaan Keuangan: Anggaran dan Proyeksi.....	178
7.3. Laporan Keuangan Dasar yang Harus Dipahami.....	182
7.4. Analisis Break-Even Point (BEP) dan Profitabilitas.....	186
7.5. Sumber-Sumber Pendanaan Startup.....	189
7.6. Strategi Menarik Investor.....	193
7.7. Studi Kasus: Perjalanan Pendanaan Startup Sukses.....	197

## **BAB VIII DIGITAL ENTREPRENEURSHIP: PELUANG DAN TANTANGAN**

Martinus Renwarin, S.E., M.M.....	201
8.1. Akses Pasar Luas.....	202
8.2. Biaya Masuk Rendah.....	204
8.2.1. Toko Online dengan Modal Minim.....	204
8.2.2. Produk Digital.....	204
8.2.3. Keunggulan lain dari biaya masuk rendah adalah kemampuan untuk Iterasi Cepat.....	205
8.3. Skalabilitas dan Model Pendapatan Berulang.....	205
8.3.1. SaaS dan Layanan Berbasis Langganan.....	206
8.3.2. Creator Economy.....	206

8.4.	Model Bisnis Utama .....	207
8.4.1.	E-Commers Ritel .....	207
8.4.2.	Marketplace .....	207
8.4.3.	Platform Layanan On-Demand .....	208
8.4.4.	SaaS dan B2B Digital .....	208
8.4.5.	Creator Economy .....	208
8.5.	Teknologi Kunci.....	209
8.5.1.	Mobile-First Apps.....	209
8.5.2.	Cloud Hosting.....	209
8.5.3.	Pembayaran Digital .....	209
8.5.4.	Integrasi Logistik dan Fulfillment .....	210
8.6.	Keunggulan Operasional.....	210
8.6.1.	Tools Siap pakai .....	210
8.6.2.	Automasi Proses .....	210
8.7.	Konektivitas dan Infrastruktur .....	211
8.7.1.	Ketidakmerataan Akses Internet .....	211
8.7.2.	Biaya Pengiriman Terakhir (Last Mile Delivery).....	212
8.8.	Keamanan Siber dan Privasi .....	212
8.8.1.	Risiko Penipuan Online.....	212
8.8.2.	Kebocoran Data Pelanggan.....	212
8.9.	Regulasi dan Pajak Digital .....	213
8.9.1.	Perubahan Aturan Pajak E-Commerce .....	213
8.9.2.	Kepatuhan Terhadap Regulasi Platform .....	213
8.10.	Ketergantungan Platform dan Persaingan	214

- 8.10.1. Margin Tertekan Oleh Marketplace Besar .....214
- 8.10.2. Saturasi Pasar dan Kebutuhan Diferensiasi .....214

**BAB IX ENTREPRENEUR BERBASIS TEKNOLOGI**

Devi Susiati, S.T., M.T .....**217**

- 9.1. Pengertian dan Karakteristik Entrepreneur Berbasis Teknologi (Technopreneur).....217
- 9.2. Identifikasi Peluang Bisnis di Era Digital...220
- 9.3. Inovasi Model Bisnis Berbasis Teknologi ..223
- 9.4. Proses Pengembangan Produk dan Layanan Digital .....227
- 9.5. Strategi Pemasaran dan Akuisisi Pelanggan di Dunia Maya.....230
- 9.6. Pendanaan untuk Startup Teknologi.....233
- 9.7. Tantangan dan Risiko dalam Technopreneurship .....237
- 9.8. Studi Kasus: Perjalanan Technopreneur Sukses di Indonesia .....241

**BAB X MANAJEMEN RISIKO DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN**

Dr. Agus Syam, S.Pd., M.Si .....**245**

- 10.1. Konsep Dasar Risiko dalam Bisnis .....245
- 10.2. Identifikasi dan Klasifikasi Risiko Bisnis...250
- 10.3. Analisis dan Pengukuran Risiko .....255
- 10.4. Strategi Penanganan dan Mitigasi Risiko ..260
- 10.5. Pengambilan Keputusan dalam Situasi Risiko dan Ketidakpastian .....264

10.6.	Bias Kognitif dan Perilaku Entrepreneur dalam Mengambil Risiko.....	268
10.7.	Membangun Budaya Sadar Risiko ( <i>Risk-Aware Culture</i> ) dalam Organisasi.....	272
10.8.	Studi Kasus: Kesuksesan dan Kegagalan Akibat Manajemen Risiko.....	276
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>281</b>

# ENTREPRENEUR STRATEGI DAN INOVASI BISNIS MODERN

Perkembangan teknologi, globalisasi, serta perubahan perilaku pasar telah mendorong para pelaku usaha untuk terus beradaptasi dan berinovasi. Kewirausahaan tidak lagi hanya dipahami sebagai kemampuan memulai usaha, tetapi juga sebagai kemampuan untuk menciptakan nilai, memanfaatkan peluang, serta mengelola risiko secara strategis. Oleh karena itu, pemahaman mengenai strategi bisnis yang tepat dan kemampuan berinovasi menjadi faktor penting dalam menciptakan keberlanjutan usaha.

Buku ini disusun untuk memberikan gambaran mengenai konsep dasar kewirausahaan, strategi pengembangan bisnis, model inovasi, pemanfaatan teknologi digital, serta berbagai pendekatan yang dapat digunakan oleh para wirausahawan dalam mengembangkan usaha yang kompetitif dan berkelanjutan. Materi dalam buku ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, akademisi, pelaku usaha, maupun masyarakat umum yang memiliki minat dalam bidang kewirausahaan dan pengembangan bisnis.



**IKAPI**  
IKATAN KOPERASI INDONESIA



Penerbit Yayasan  
Cendikia Mulia Mandiri



ISBN 978-634-7610-27-0



9

786347

610270