An-Najah: Journal of Islamic Economics
Volume 2, Nomor 1, Februari 2026,

https://jurnal.almaidah.or.id/index.php/JNIE/en

STRATEGI MEMULAI BISNIS BAGI WIRAUSAWAN PEMULA

Cinta Zaskia Rahma, Putri Mawarni, Manda Amalia Nasution, Meisy Aulita, Alif Aksan Jalaluddin

Abstrak

Kewirausahaan memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, banyak wirausahawan pemula mengalami kegagalan usaha pada tahap awal akibat kurangnya perencanaan, keterbatasan modal, serta rendahnya kemampuan manajerial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang dapat diterapkan oleh wirausahawan pemula dalam memulai bisnis agar mampu meningkatkan peluang keberhasilan usaha. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur. Data diperoleh dari berbagai jurnal nasional dan internasional, buku, serta artikel ilmiah yang relevan dengan topik kewirausahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat enam strategi utama yang perlu diperhatikan oleh wirausahawan pemula, yaitu perencanaan bisnis yang matang, analisis pasar yang komprehensif, pengelolaan modal yang efektif, pemanfaatan teknologi digital, pengembangan jaringan bisnis, dan peningkatan kompetensi kewirausahaan. Strategi tersebut saling berkaitan dan berkontribusi terhadap keberhasilan usaha dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Penelitian ini memberikan rekomendasi praktis bagi calon wirausahawan dalam mengembangkan usaha yang berkelanjutan dan mampu bersaing di era digital.

Kata Kunci: *strategi bisnis; wirausahawan pemula; kewirausahaan; perencanaan usaha; bisnis*

Abstract

Entrepreneurship plays an important role in promoting economic growth, creating employment opportunities, and improving community welfare. However, many novice entrepreneurs experience business failure during the early stages due to inadequate planning, limited capital, and insufficient managerial capabilities. This study aims to analyze strategies that can be implemented by beginner entrepreneurs to increase the likelihood of business success. The research employs a qualitative approach using a literature review method. Data were collected from national and international journals, books, and scientific articles related to entrepreneurship.

[1]Cinta, rahmazaskia60@gmail.com
[2]Putri, putrimawarni305@gmail.com
[3]Manda, mandaamalianasution@gmail.com
[4]Meisya, meisyaulita25@gmail.com

An-Najah: Journal of Islamic Economics
Volume 2, Nomor 1, Februari 2026,

https://jurnal.almaidah.or.id/index.php/JNIE/en

[5]Alif, alifakasanopsional@gmail.com

*riskiaseandi@insan.ac.id

The findings indicate six major strategies that should be considered by novice entrepreneurs, namely comprehensive business planning, market analysis, effective capital management, utilization of digital technology, business networking development, and enhancement of entrepreneurial competencies. These strategies are interconnected and contribute significantly to business success in both the short and long term. This study provides practical recommendations for aspiring entrepreneurs in developing sustainable businesses capable of competing in the digital era.
Keywords: *business strategy; novice entrepreneur; entrepreneurship; business planning; business*

A. PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan salah satu faktor penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Melalui kegiatan kewirausahaan, masyarakat tidak hanya memperoleh sumber pendapatan tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan produktivitas ekonomi. Di Indonesia, perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menunjukkan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

Meskipun peluang bisnis semakin terbuka, tingkat kegagalan usaha baru masih tergolong tinggi. Banyak wirausahawan pemula menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan modal, kurangnya pengalaman, minimnya pengetahuan manajemen, dan ketidakmampuan membaca peluang pasar. Kondisi tersebut menyebabkan banyak usaha berhenti beroperasi pada tahun-tahun awal pendiriannya.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keberhasilan usaha dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kemampuan perencanaan bisnis, orientasi pasar, inovasi, pemanfaatan teknologi digital, dan kompetensi kewirausahaan. Aloulou (2022) menyatakan bahwa perencanaan bisnis yang baik berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha. Putri et al. (2024) menemukan bahwa digital marketing mampu meningkatkan daya saing usaha kecil. Sementara itu, Lee dan Kim (2023) menegaskan pentingnya jaringan bisnis dalam mendukung pertumbuhan usaha.Namun, sebagian besar penelitian masih membahas faktor keberhasilan usaha secara umum dan belum secara khusus mengintegrasikan berbagai strategi yang diperlukan oleh wirausahawan pemula pada tahap awal pendirian usaha. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji strategi memulai bisnis yang efektif bagi wirausahawan pemula.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi yang dapat diterapkan oleh wirausahawan pemula untuk meningkatkan peluang keberhasilan usaha secara berkelanjutan.

B. KAJIAN TEORI

- **Kewirausahaan**

Menurut Hisrich, Peters, dan Shepherd (2020), kewirausahaan merupakan proses menciptakan sesuatu yang baru dengan memanfaatkan kreativitas dan

inovasi untuk menghasilkan nilai tambah. Alma (2021) menjelaskan bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang dalam melihat peluang dan mengubahnya menjadi kegiatan bisnis yang menguntungkan.

- **Wirausahawan Pemula**

Wirausahawan pemula adalah individu yang baru memulai usaha dan masih berada pada tahap pengembangan bisnis. Pada tahap ini, pelaku usaha biasanya menghadapi keterbatasan sumber daya, pengalaman, dan jaringan bisnis.

- **Strategi Bisnis**

David dan David (2019) menyatakan bahwa strategi bisnis merupakan serangkaian keputusan dan tindakan yang dirancang untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemanfaatan sumber daya secara efektif dan efisien.

- **Perencanaan Bisnis**

Perencanaan bisnis merupakan dokumen yang berisi tujuan usaha, strategi pemasaran, kebutuhan modal, analisis risiko, serta proyeksi keuangan. Business plan menjadi pedoman penting dalam menjalankan usaha.

- **Analisis Pasar**

Analisis pasar bertujuan memahami kebutuhan konsumen, perilaku pelanggan, dan kondisi persaingan sehingga pelaku usaha dapat menentukan strategi yang tepat.

- **Teknologi Digital dalam Bisnis**

Teknologi digital memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam melakukan promosi, transaksi, dan pelayanan pelanggan. Penggunaan media sosial dan marketplace menjadi salah satu strategi pemasaran yang efektif bagi usaha baru.

- **Kerangka Berpikir**

Strategi Memulai Bisnis:

- Perencanaan Bisnis
- Analisis Pasar
- Pengelolaan Modal
- Pemanfaatan Teknologi Digital
- Networking
- Kompetensi Kewirausahaan

↓

Keberhasilan Memulai Bisnis terhadap minat berwirausaha.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (library research). Metode ini digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis berbagai informasi yang berkaitan dengan strategi memulai bisnis bagi wirausahawan pemula.

Sumber data yang digunakan berupa data sekunder yang berasal dari jurnal nasional dan internasional, buku, artikel ilmiah, laporan penelitian, dan dokumen pendukung lainnya yang diterbitkan pada periode 2020–2025.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui identifikasi literatur, seleksi artikel yang relevan, klasifikasi data, dan analisis isi (content analysis). Data dianalisis menggunakan tahapan reduksi data, penyajian data, interpretasi, dan penarikan kesimpulan.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1 Perencanaan Bisnis sebagai Dasar Memulai Usaha

Perencanaan bisnis merupakan langkah awal yang harus dilakukan oleh setiap wirausahawan pemula. Business plan berfungsi sebagai pedoman dalam menjalankan usaha sekaligus menjadi alat evaluasi terhadap perkembangan bisnis.

Tabel 1

Komponen Utama Business Plan

Komponen	Fungsi
Visi dan Misi	Menentukan arah usaha
Analisis Pasar	Mengidentifikasi peluang bisnis
Strategi Pemasaran	Menarik konsumen
Rencana Keuangan	Mengelola modal
Analisis Risiko	Mengurangi ketidakpastian

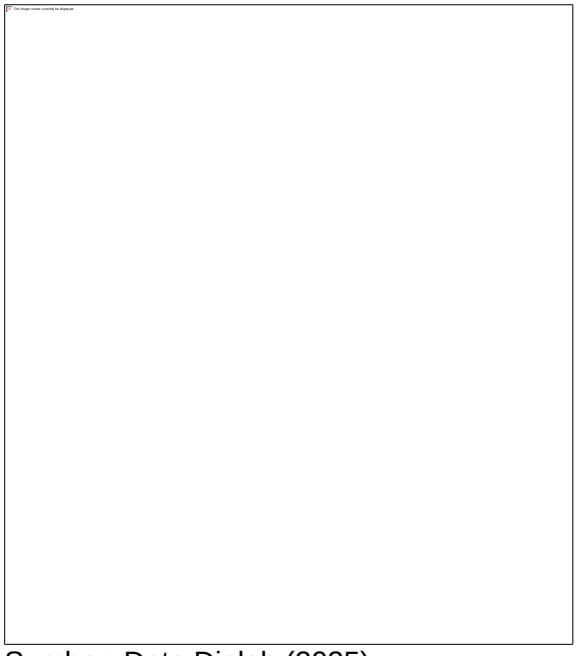
Sumber: Data Diolah (2025)

Penelitian Aloulou (2022) menunjukkan bahwa usaha yang memiliki perencanaan bisnis yang jelas memiliki tingkat keberlangsungan yang lebih tinggi dibandingkan usaha tanpa perencanaan yang matang.

2 Analisis Pasar Sebagai Strategi Mengurangi Risiko

Analisis pasar membantu pelaku usaha memahami kebutuhan konsumen dan kondisi persaingan. Sebelum memulai bisnis, wirausahawan perlu melakukan survei sederhana untuk mengetahui produk yang dibutuhkan masyarakat.

Gambar 1



Sumber: Data Diolah (2025)

Nuryakin.(2021) menjelaskan bahwa orientasi pasar yang baik mampu meningkatkan peluang keberhasilan usaha karena produk yang dihasilkan lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

3 Pengelolaan Modal Secara Efektif

Modal merupakan salah satu faktor penting dalam memulai usaha. Namun, besarnya modal tidak selalu menentukan keberhasilan bisnis apabila tidak diimbangi dengan pengelolaan keuangan yang baik.

Tabel 2

Sumber Modal Usaha

Sumber Modal	Kelebihan
Tabungan Pribadi	Risiko rendah
Keluarga	Fleksibel
Investor	Modal besar
Kredit Usaha	Mendukung ekspansi

Sumber: Data Diolah (2025)

Penelitian Wijaya dan Santoso (2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap keberlangsungan usaha kecil dan menengah.

4 Pemanfaatan Teknologi Digital

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar bagi wirausahawan pemula untuk memperluas pasar dengan biaya yang relatif rendah.

Tabel 3

Platform Digital untuk Bisnis

Platform	Fungsi
Instagram	Branding dan promosi
TikTok	Pemasaran konten
Facebook	Komunitas pelanggan
Shopee	Penjualan online
Tokopedia	Penjualan online

Sumber: Data Diolah (2025)

Putri.(2024) menemukan bahwa digital marketing mampu meningkatkan penjualan UMKM secara signifikan karena menjangkau konsumen yang lebih luas.

5 Pengembangan Networking

Jaringan bisnis menjadi faktor penting dalam mendukung pertumbuhan usaha. Networking membantu pelaku usaha memperoleh informasi pasar, peluang kerja sama, dan akses pendanaan.

Lee dan Kim (2023) menyatakan bahwa entrepreneur yang memiliki jaringan bisnis luas cenderung memiliki tingkat pertumbuhan usaha yang lebih tinggi dibandingkan pelaku usaha yang bekerja secara individual.

6 Peningkatan Kompetensi Kewirausahaan

Kompetensi kewirausahaan meliputi kreativitas, inovasi, kepemimpinan, komunikasi, dan kemampuan mengambil keputusan.

Tabel 4

Kompetensi Utama Wirausahawan

Kompetensi	Manfaat
Kreativitas	Menciptakan inovasi
Kepemimpinan	Mengelola tim
Komunikasi	Menjalin relasi

Problem Solving	Mengatasi hambatan

Sumber: Data Diolah (2025)

Suryana (2022) menjelaskan bahwa kompetensi kewirausahaan merupakan faktor utama yang menentukan keberhasilan pelaku usaha dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis.

7 Sintesis Pembahasan

Berdasarkan hasil kajian, keberhasilan memulai bisnis tidak hanya ditentukan oleh modal usaha, tetapi juga oleh kemampuan menyusun strategi yang tepat. Perencanaan bisnis memberikan arah usaha, analisis pasar membantu menemukan peluang, pengelolaan modal menjaga keberlangsungan operasional, teknologi digital memperluas pasar, networking membuka akses sumber daya, dan kompetensi kewirausahaan meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap perubahan.

Keenam strategi tersebut saling melengkapi dan harus diterapkan secara terintegrasi agar usaha yang dijalankan dapat berkembang secara berkelanjutan.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian literatur yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi memulai bisnis bagi wirausahawan pemula merupakan faktor penting yang menentukan keberhasilan usaha pada tahap awal. Terdapat enam strategi utama yang harus diperhatikan, yaitu perencanaan bisnis, analisis pasar, pengelolaan modal, pemanfaatan teknologi digital, pengembangan jaringan bisnis, dan peningkatan kompetensi kewirausahaan. Keenam strategi tersebut memiliki peran yang saling berkaitan dalam membentuk fondasi usaha yang kuat dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, keberhasilan wirausahawan pemula dalam memulai bisnis tidak hanya ditentukan oleh besarnya modal yang dimiliki, tetapi lebih kepada kemampuan dalam merencanakan, mengelola, dan mengembangkan usaha secara strategis. Integrasi seluruh strategi tersebut dapat meningkatkan daya saing usaha serta mengurangi risiko kegagalan bisnis pada tahap awal.

F. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan. Pertama, wirausahawan pemula disarankan untuk lebih mempersiapkan perencanaan bisnis secara matang sebelum memulai usaha, serta melakukan analisis pasar agar produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital perlu dioptimalkan sebagai sarana pemasaran dan pengembangan usaha di era modern.

Kedua, bagi perguruan tinggi diharapkan dapat meningkatkan pembelajaran kewirausahaan yang berbasis praktik, seperti pelatihan bisnis, inkubator startup, dan kolaborasi dengan pelaku usaha. Ketiga, pemerintah diharapkan terus memberikan dukungan berupa akses permodalan, pelatihan, dan kemudahan regulasi bagi wirausahawan pemula. Terakhir, bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan pendekatan kuantitatif serta menambahkan variabel lain seperti literasi keuangan, inovasi produk, dan faktor psikologis agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif.

G. DAFTAR PUSTAKA

Aloulou, W. J. (2022). Entrepreneurial planning and business sustainability. *Journal of Entrepreneurship Studies*, 31(2), 145–160.

Amin, M., & Rahman, F. (2021). Digital entrepreneurship development among young entrepreneurs. *Journal of Business Research*, 15(1), 44–56.

Ardiansyah, R. (2023). Business planning and startup success factors. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 18(2), 88–99.

Fahmi, A., & Putra, D. (2022). Entrepreneurial competency and business performance. *Jurnal Ekonomi Modern*, 14(3), 120–132.

Hassan, M., & Ramli, N. (2023). Startup planning effectiveness in emerging economies. *International Business Review*, 22(1), 65–79.

Indriani, D., Virginia, K., & Manullang, A. (2025). Strategi perencanaan bisnis era digital. *Jurnal PLANS*, 19(2), 1–12.

Lee, J., & Kim, S. (2023). Business networking and entrepreneurial growth. *Asian Business Journal*, 12(4), 201–215.

Nasution, R. U. (2022). Strategi memulai bisnis baru dalam berwirausaha. *Syntax Imperatif Journal*, 3(3), 163–175.

Nugroho, A., & Sari, D. (2021). Market analysis and SME sustainability. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 11(2), 77–90.

Nuryakin, N., et al. (2021). Market orientation and SME performance. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 345–354.

Prasetyo, B. (2024). Startup strategy for young entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurship*, 19(1), 55–70.

Putri, L., Rahma, A., & Sari, D. (2024). Digital marketing effectiveness for SMEs. *Journal of Digital Business*, 10(2), 100–115.

Rahman, A. (2023). Entrepreneurial innovation and business growth. *Journal of Entrepreneurship Studies*, 17(2), 66–80.

Rinaldi, E., & Veri, J. (2024). Peran digital marketing dalam kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 1–15.

Santoso, H. (2022). Financial management for startup business. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 13(1), 50–61.

Sari, N., & Putra, Y. (2024). Entrepreneurial skills and startup success. *Journal of Business Innovation*, 9(3), 88–102.

Setyawati, A., Sugangga, R., & Maula, F. I. (2023). Digital marketing business strategy. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 12(1), 44–56.

Suryana. (2022). Entrepreneurial competency development. *Journal of Entrepreneurship Education*, 25(2), 1–11.

Utami, R. (2023). Digital transformation in SMEs. *Jurnal Teknologi Bisnis*, 12(4), 201–215.

Wijaya, D., & Santoso, R. (2022). Financial literacy among entrepreneurs. *Journal of Economic Development*, 18(1), 90–103.

Yuliani, M. (2024). Digital entrepreneurship transformation. *RIGGS Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 5(1), 45–60.

Yusuf, M. (2021). Entrepreneurial strategy in small business development. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(2), 112–125.

Zhang, H., & Liu, Y. (2024). Entrepreneurial strategy and startup sustainability. *Sustainability Journal*, 16(2), 455–470.