



# START YOUR (IM)POSSIBLE ENTREPRENEUR JOURNEY

Eka sudarmaji

# Tentang Penulis

Dr. Eka Sudarmaji SE.,MM., MCom CBV menyelesaikan studi sarjananya di Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Pancasila, lulus pada tahun 1991. Penulis menerima gelar Master of Management dari UPI "YAI" pada tahun 1995. Pada tahun 1999, penulis melanjutkan belajar untuk mengambil gelar Master of Commerce dengan fokus pada Advance Finance di University of Melbourne di Melbourne, Australia.

Penulis adalah pengusaha independen dan pendidik, belajar ekonomi dan berbisnis. Penulis juga berbagi pengetahuannya dengan mengajar pada di fakultas bisnis dan ekonomi di Universitas Pancasila dengan mata kuliah pengantar bisnis, e-bisnis (eCommerce), dan kewirausahaan, dimana pengetahuan ekonomi dan bisnisnya diambil dari pengalaman pribadi sebagai pengusaha dan latar belakang pendidikannya. Penulis selalu ingin berkontribusi kepada masyarakat, terutama untuk pendidikan, melalui pengalamannya dalam membangun dan mengelola UMKM berdasarkan kreativitas dan inovasi. Beliau memulai dengan Ketua Pusat Inkubator dan saat ini memegang peran sebagai Ketua Studi Ilmu Akuntansi dan Perpajakan. Penulis berharap murid-muridnya dan bimbingannya dapat menjadi pengusaha dengan memanfaatkan keunggulan kompetitif Indonesia.

Penulis juga aktif dalam memproduksi beberapa artikel yang diterbitkan di beberapa jurnal nasional dan internasional. Selama program doktor di Sekolah Bisnis - IPB University, penulis telah menerbitkan beberapa artikel jurnal dan pengindeksan di Sinta 2, Scopus Q1, dan Scopus Q4. Selain itu, penulis memegang sertifikasi CBV (Certificate Business Valuation) dari Association of Certified Chartered Accountants (ACCA) International. Penulis memiliki kemahiran dalam bidang investasi, peraturan pasar modal & perbankan, akuntansi, dan manajemen dan tertarik pada bidang baru seperti teknologi, TI, dan ilmu komputer. Saat ini, penulis memegang tanggung jawab sebagai Direktur di PT SIPS (Social Impacts) Edutech Indonesia – perusahaan PMA yang melakukan bisnis di Bidang Kesehatan Digital yang berbasis di Makassar. Selain itu, penulis masih memegang bisnisnya sendiri di bidang Properti di PT Agung Sinar Abadi (ASA) dan Furniture & Accessories Manufacturing di CV. Elang Jaya.



☎ 0858 5343 1992  
✉ eurekamediaaksara@gmail.com  
📍 Jl. Banjaran RT.20 RW.10  
Bojongsari - Purbalingga 53362



# START YOUR (IM)POSSIBLE ENTREPRENEUR JOURNEY

Eka Sudarmaji



**eureka**  
**media aksara**

**PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA**

## START YOUR (IM)POSSIBLE ENTREPRENEUR JOURNEY

**Penulis** : Eka Sudarmaji

**Desain Sampul** : Ardyan Arya Hayuwaskita

**Tata Letak** : Hikmah Millenia Saputri

**ISBN** : 978-623-151-532-2

**No. HKI** : EC00202384815

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA,  
SEPTEMBER 2023  
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH  
NO. 225/JTE/2021**

**Redaksi** :

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan  
Bojongsari Kabupaten Purbalingga Telp.  
0858-5343-1992

Surel : eurekaediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama: 2023

**All right reserved**

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat, kesehatan, dan kesempatan untuk kehidupan yang lebih baik sehingga saya dapat menyelesaikan buku ini. Buku ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan, dorongan, dan perhatian berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, saya menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada Istriku tercinta Dr. Ismiriati Nasip SE., MM dan ketiga putri kami tercinta, Ananda Tika Sudarmaji, Ananda Mia Sudarmaji, dan Ananda Zuraenee Sudarmaji yang telah memberikan dukungan yang tidak pernah berakhir, dan Anda telah memberi saya doa, dan cinta yang tak ada habisnya.

Buku ini terdiri dari delapan bab yang dibuat secara terpisah. Pada Bab I ini, penulis akan membahas tentang bagaimana mengembangkan ide bisnis yang sukses adalah langkah penting dalam memulai usaha baru. Ini melibatkan serangkaian langkah, termasuk melakukan riset pasar, membuat rencana bisnis, mengamankan pendanaan dan sumber daya, membangun tim dan jaringan, menerapkan dan melaksanakan rencana, serta terus belajar dan beradaptasi. Melakukan riset pasar merupakan langkah penting dalam proses mengembangkan ide bisnis. Ini memungkinkan pengusaha untuk memahami permintaan potensial untuk produk atau layanan mereka, serta mengidentifikasi pesaing utama dan tren industri. Informasi ini sangat penting dalam membuat rencana bisnis yang didasarkan pada kenyataan dan memiliki peluang sukses yang lebih tinggi.

Membuat rencana bisnis adalah langkah penting lainnya dalam proses mengembangkan ide bisnis. Ini melibatkan menguraikan tujuan, strategi, dan taktik untuk usaha baru, serta proyeksi keuangan dan sumber daya yang diperlukan untuk mencapainya. Rencana bisnis yang dibuat dengan baik sangat penting untuk mengamankan pendanaan dan sumber daya dari

investor dan pemberi pinjaman. Mengamankan pendanaan dan sumber daya adalah langkah kunci dalam proses memulai usaha baru. Ini dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti modal ventura, investasi malaikat, dan crowdfunding, untuk beberapa nama. Selain itu, pengusaha juga dapat mencari sumber daya seperti hibah, pinjaman, dan insentif pajak untuk mendukung usahanya.

Membangun tim dan jaringan juga merupakan langkah penting dalam proses pengembangan ide bisnis. Pengusaha harus mengelilingi diri mereka dengan orang yang tepat untuk membantu mereka mencapai tujuan mereka. Ini termasuk individu dengan keterampilan dan pengalaman yang tepat, serta jaringan penasihat dan mentor yang dapat memberikan bimbingan dan dukungan. Menerapkan dan melaksanakan rencana adalah langkah selanjutnya dalam proses pengembangan ide bisnis. Ini melibatkan semua persiapan menjadi tindakan dan membuat bisnis operasional. Ini juga termasuk memantau kemajuan, membuat penyesuaian sesuai kebutuhan, dan terus belajar dan beradaptasi dengan informasi baru dan keadaan yang berubah.

Terakhir, pengusaha harus siap untuk terus belajar dan beradaptasi seiring kemajuan mereka melalui proses pengembangan ide bisnis. Ini termasuk tetap mengetahui tren industri, memantau persaingan, dan terbuka terhadap peluang dan tantangan baru yang mungkin muncul. Terus belajar dan beradaptasi akan membantu wirausahawan menjadi fleksibel dan responsif terhadap perubahan, yang sangat penting untuk mencapai kesuksesan jangka panjang.

Pada Bab II, Penulis pada bab ini akan membahas tentang Business Model Canvas adalah alat visual yang dapat digunakan untuk membantu pengusaha mengembangkan dan menguji ide bisnis mereka. Ini memungkinkan mereka untuk memetakan elemen kunci dari model bisnis mereka, termasuk proposisi nilai, segmen pelanggan, saluran, aliran pendapatan, serta sumber daya dan mitra utama. Dengan menggunakan

Kanvas Model Bisnis, pengusaha dapat dengan cepat mengidentifikasi celah potensial dan area untuk perbaikan dalam model bisnis mereka. Alat lain yang berguna untuk mengembangkan ide bisnis adalah Analisis SWOT, yang dapat membantu pengusaha mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terkait dengan ide bisnis mereka. Ini bisa menjadi alat yang berharga untuk memahami lanskap persaingan dan mengidentifikasi potensi tantangan dan peluang untuk bisnis.

Pengembangan Pelanggan adalah proses penting untuk memvalidasi ide bisnis. Ini melibatkan berbicara dengan pelanggan potensial untuk memahami kebutuhan mereka, masalah, dan solusi potensial. Informasi ini dapat digunakan untuk menyempurnakan proposisi nilai dan memastikan bahwa bisnis memberikan solusi yang bersedia dibayar oleh pelanggan. Brainstorming adalah alat lain yang efektif untuk mengembangkan ide bisnis. Ini melibatkan menyatukan sekelompok orang untuk menghasilkan sejumlah besar ide dalam waktu singkat. Permainan Inovasi, seperti SCAMPER, dapat digunakan untuk menghasilkan berbagai macam ide dan membantu wirausahawan berpikir di luar kebiasaan.

Pemetaan Pikiran adalah alat yang berguna untuk mengatur dan memvisualisasikan ide. Ini memungkinkan pengusaha untuk membuat representasi visual dari ide bisnis mereka, termasuk komponen kunci dan bagaimana mereka berhubungan satu sama lain. Ini bisa menjadi alat yang berharga untuk mengembangkan rencana bisnis yang lebih komprehensif dan kohesif. Akhirnya, Problem-Solution Fit menjadi pertimbangan utama saat mengembangkan ide bisnis. Ini mengacu pada sejauh mana ide bisnis menjawab kebutuhan atau masalah pelanggan yang sebenarnya. Pengusaha harus memastikan bahwa ide bisnis mereka memiliki kecocokan solusi masalah yang kuat untuk meningkatkan peluang sukses. Kesimpulannya, mengembangkan ide bisnis memerlukan kombinasi pemikiran strategis, pemecahan masalah secara

kreatif, dan validasi pelanggan. Kanvas Model Bisnis, Analisis SWOT, Pengembangan Pelanggan, Brainstorming, Permainan Inovasi, SCAMPER, Pemetaan Pikiran, Rencana Bisnis, dan Penyesuaian Solusi Masalah adalah alat dan teknik berharga yang dapat digunakan pengusaha untuk mengembangkan dan memvalidasi ide bisnis mereka.

Bab III, penulis mengulas Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang memainkan peran penting dalam perekonomian, menyumbang proporsi yang signifikan dari lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi. Namun, bersaing dalam lingkungan bisnis yang serba cepat dan terus berubah saat ini dapat menjadi tantangan bagi UKM. Salah satu cara UKM dapat meningkatkan peluang keberhasilan mereka adalah melalui kewirausahaan strategis. Kewirausahaan strategis melibatkan identifikasi peluang bisnis dan mengembangkan rencana strategis untuk memanfaatkannya. Ini termasuk inovasi model bisnis, yang melibatkan pembuatan model bisnis baru atau yang lebih baik untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan mendapatkan keunggulan kompetitif.

Inovasi merupakan aspek kunci dari inovasi model bisnis, yang dapat dilakukan melalui inovasi terbuka dan tertutup. Inovasi terbuka melibatkan kolaborasi dengan mitra eksternal untuk menghasilkan ide baru, sedangkan inovasi tertutup berfokus pada pengembangan ide secara internal. Inovasi layanan, atau ACAP (Added Customer Advantage and Profit), adalah jenis inovasi model bisnis khusus yang melibatkan pembuatan layanan baru atau lebih baik untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kapabilitas dinamis, seperti kemampuan untuk belajar dan beradaptasi, juga penting bagi UKM. Organisasi ambidextrous, yang mampu menyeimbangkan eksplorasi dan eksploitasi, lebih mungkin untuk dapat mengatasi tantangan lingkungan bisnis VUCA (volatile, ketidakpastian, kompleks, dan ambigu). Kemampuan identifikasi peluang bisnis dan pemahaman mendalam tentang

siklus hidup bisnis (produk) juga penting untuk sukses di lingkungan bisnis yang serba cepat saat ini.

Disrupsi, VUCA, dan dilema inovasi merupakan tantangan penting yang harus dihadapi UKM. Gangguan mengacu pada proses memperkenalkan produk atau model bisnis baru yang mengganggu pasar yang ada, VUCA mengacu pada lingkungan bisnis yang mudah berubah, tidak pasti, kompleks dan ambigu dan dilema inovasi mengacu pada ketegangan antara berinvestasi pada produk atau layanan baru dan mempertahankan bisnis saat ini. UKM dapat mengatasi tantangan ini dengan mengembangkan rencana strategis yang mencakup inovasi model bisnis, inovasi terbuka dan tertutup, serta kapabilitas dinamis.

Pada Bab IV, mengulas manajemen pengetahuan adalah proses menangkap, mendistribusikan, dan menggunakan pengetahuan secara efektif dalam suatu organisasi. Dalam lingkungan bisnis saat ini, semakin penting bagi organisasi untuk dapat mengelola dan memanfaatkan pengetahuan secara efektif. Dengan munculnya Revolusi Industri 4.0, yang ditandai dengan integrasi teknologi canggih seperti kecerdasan buatan, Internet of Things, dan data besar, pentingnya manajemen pengetahuan semakin diperkuat. Industri 4.0 menciptakan peluang baru bagi organisasi untuk menghasilkan aliran pendapatan baru. Dengan memanfaatkan data besar dan teknologi canggih, organisasi dapat memperoleh wawasan dan membuat keputusan berdasarkan informasi yang dapat mengarah pada peluang bisnis baru. Selain itu, penggunaan analitik data besar dapat membantu organisasi mengidentifikasi aliran pendapatan baru dengan mengidentifikasi pola dan tren perilaku pelanggan, tren pasar, dan manajemen rantai pasokan.

Data besar juga memberikan peluang baru bagi organisasi untuk memonetisasi data mereka. Ini dapat dilakukan melalui analitik data, broker data, dan layanan berbasis data. Dengan memonetisasi data, organisasi dapat menghasilkan aliran pendapatan baru dan memperoleh keunggulan kompetitif

dalam ekonomi berbasis data saat ini. Namun, penting untuk diperhatikan bahwa memonetisasi data juga membawa tantangan etika dan hukum yang perlu ditangani. Kesimpulannya, dengan munculnya Industri 4.0, manajemen pengetahuan menjadi lebih penting dari sebelumnya. Organisasi harus dapat mengelola dan memanfaatkan pengetahuan secara efektif untuk memanfaatkan peluang bisnis baru, seperti aliran pendapatan baru yang dihasilkan oleh data besar dan teknologi canggih. Selain itu, organisasi juga harus menyadari tantangan etika dan hukum yang muncul akibat monetisasi data.

Pada Bab V, penulis mengulas tentang Memulai bisnis online bisa menjadi proses yang menantang, tetapi dengan pendekatan dan alat yang tepat, ini bisa menjadi usaha yang bermanfaat dan sukses. Salah satu langkah terpenting dalam memulai bisnis online adalah menemukan produk yang tepat. Model Lean Startup adalah pendekatan populer untuk menemukan produk yang tepat, yang berfokus pada pengujian dan validasi ide bisnis secepat dan semurah mungkin. Hal ini dapat dilakukan melalui pengembangan pelanggan, yang melibatkan pembicaraan dengan pelanggan potensial untuk memahami kebutuhan dan kesulitan mereka, serta menciptakan produk yang layak minimum (MVP) untuk menguji pasar. Dengan menggunakan Model Lean Startup, pengusaha dapat dengan cepat mengidentifikasi produk mana yang paling potensial dan mana yang perlu disempurnakan atau dibuang.

Setelah Anda memiliki produk yang tervalidasi, langkah selanjutnya adalah membangun situs web dan toko online. Ini melibatkan pemilihan platform yang tepat, merancang situs web, dan menyiapkan opsi pembayaran dan pengiriman. Situs web dan toko online yang dirancang dengan baik sangat penting untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang positif, mendorong penjualan, dan membangun basis pelanggan yang loyal. Situs web harus ramah pengguna, mudah dinavigasi, dan menarik secara visual. Itu juga harus dioptimalkan untuk perangkat seluler dan mesin pencari. Toko online harus mudah

digunakan dan harus menawarkan berbagai pilihan pembayaran, termasuk kartu kredit dan PayPal.

Memasarkan dan mengarahkan lalu lintas ke toko Anda juga penting. Ini dapat dilakukan melalui berbagai saluran, seperti media sosial, pengoptimalan mesin telusur (SEO), dan iklan berbayar. Saluran ini dapat digunakan untuk menjangkau calon pelanggan, menghasilkan prospek, dan mendorong penjualan. Platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter dapat digunakan untuk terhubung dengan pelanggan, mempromosikan produk, dan menawarkan penawaran khusus. SEO melibatkan pengoptimalan situs web dan toko online Anda untuk mesin telusur, yang dapat membantu meningkatkan visibilitas dan mengarahkan lalu lintas. Iklan berbayar, seperti Google AdWords, dapat digunakan untuk menargetkan audiens tertentu dan meningkatkan visibilitas.

Pemenuhan dan logistik juga menjadi pertimbangan penting untuk bisnis online. Ini termasuk mengelola inventaris, memproses pesanan, dan mengirimkan produk ke pelanggan. Penting untuk memiliki strategi logistik yang solid untuk memastikan bahwa produk dikirimkan tepat waktu dan dalam kondisi baik. Ini bisa termasuk menggunakan pusat pemenuhan, pengiriman drop, atau kombinasi keduanya. Mengelola dan menskalakan bisnis adalah aspek penting untuk memastikan kesuksesan jangka panjang. Ini melibatkan memastikan operasi berjalan lancar dan efisien, dan memiliki sistem dan proses yang diperlukan untuk mendukung pertumbuhan. Ini dapat mencakup penerapan sistem manajemen yang efektif, seperti manajemen inventaris, manajemen keuangan, dan manajemen sumber daya manusia. Selain itu, penting untuk memiliki pemahaman yang jelas tentang indikator kinerja utama (KPI) bisnis dan melacaknya secara teratur untuk memastikan bahwa bisnis berada di jalur yang tepat untuk mencapai tujuannya.

Pertimbangan penting lainnya saat mengelola dan menskalakan bisnis adalah memiliki Mekanisme Keluar. Hal ini

penting bagi pengusaha untuk merencanakan masa depan dan potensi peluang keluar. Mekanisme Keluar dapat mencakup berbagai opsi, seperti menjual bisnis ke pihak ketiga, meneruskannya ke anggota keluarga, atau menjadikan perusahaan publik melalui penawaran umum perdana (IPO). Memiliki Mekanisme Keluar dapat memberikan ketenangan pikiran bagi wirausahawan, mengetahui bahwa mereka memiliki rencana untuk masa depan bisnis mereka.

Pada Bab VI, penulis mengulas tentang Meningkatkan skala bisnis adalah proses yang menantang tetapi penting bagi setiap pengusaha atau pemilik bisnis. Ini melibatkan perluasan operasi dan jangkauan perusahaan untuk meningkatkan pendapatan dan pangsa pasar. Untuk mencapai hal ini, perusahaan harus mengembangkan dan menerapkan strategi upscaling yang efektif. Strategi ini dapat mencakup perluasan ke pasar baru, memperkenalkan produk atau layanan baru, atau mengakuisisi bisnis lain. Perencanaan dan pelaksanaan adalah kunci keberhasilan upscaling, karena memerlukan pemahaman yang jelas tentang posisi dan tujuan perusahaan saat ini, serta identifikasi peluang dan ancaman potensial. Hal ini memerlukan analisis pasar yang menyeluruh, pesaing, serta kekuatan dan kelemahan perusahaan itu sendiri. Setelah rencana dikembangkan, penting untuk melaksanakannya dengan presisi dan efisiensi. Ini membutuhkan tim yang terkoordinasi dengan baik, dengan peran dan tanggung jawab yang jelas, dan rencana komunikasi yang kuat.

Namun, upscaling juga berarti mengatasi hambatan dan mengidentifikasi peluang. Ini bisa datang dalam bentuk perubahan pasar, tantangan peraturan, atau masalah internal. Untuk mengatasi kendala tersebut, perusahaan harus mampu menyesuaikan strateginya, mencari solusi baru, dan melakukan penyesuaian seperlunya. Mengidentifikasi peluang baru, seperti pasar atau teknologi baru, juga dapat membantu perusahaan tumbuh dan tetap kompetitif. Peran teknologi dan inovasi juga penting dalam meningkatkan bisnis. Teknologi dapat membantu

meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya, dan menjangkau pasar baru. Misalnya, menggunakan otomatisasi dapat meningkatkan produktivitas, sedangkan pemasaran digital dapat membantu menjangkau pelanggan baru. Inovasi, di sisi lain, dapat membantu perusahaan membedakan diri dari pesaing, dan menciptakan produk dan layanan baru.

Menavigasi tantangan peningkatan bisnis membutuhkan kombinasi pemikiran strategis, perencanaan yang cermat, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan keadaan yang berubah. Perusahaan harus mampu mengidentifikasi dan mengatasi hambatan, menangkap peluang baru, serta menggunakan teknologi dan inovasi agar tetap kompetitif. Selain itu, mereka harus memiliki kemampuan untuk memantau kemajuan mereka dan melakukan penyesuaian seperlunya. Keberhasilan peningkatan bisnis adalah proses yang berkelanjutan, dan membutuhkan komitmen dan dedikasi jangka panjang dari tim kepemimpinan.

Pada Bab VII, penulis mengulas Etika bisnis memainkan peran penting dalam kesuksesan perusahaan mana pun, karena membantu membangun kepercayaan dan kredibilitas dengan pelanggan, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya. Etika bisnis yang kuat sangat penting untuk membangun reputasi positif dan mempertahankan kesuksesan jangka panjang. Pengambilan keputusan yang etis merupakan panduan bagi para pemimpin bisnis untuk membuat keputusan dengan rasa tanggung jawab dan integritas. Para pemimpin bisnis harus menyadari dampak keputusan mereka terhadap kehidupan banyak orang dan mengambil langkah-langkah untuk mempromosikan perilaku etis. Peran etika bisnis dalam membangun reputasi positif sangatlah penting, karena dapat menarik pelanggan, investor, dan talenta terbaik.

Transparansi dan kejujuran juga merupakan elemen penting dari etika bisnis, karena membantu membangun kepercayaan dan kredibilitas dengan pelanggan, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya. Terakhir, teknologi juga telah

mengubah cara perusahaan berbisnis dan memperkenalkan pertimbangan etis baru terkait pengumpulan data, otomasi, komunikasi, dan bisnis global. Perusahaan harus memiliki kebijakan privasi yang jelas, mempertimbangkan dampak teknologi terhadap pekerja, memiliki kebijakan media sosial yang jelas, dan mengetahui undang-undang dan peraturan terkait transfer data lintas batas dan kekayaan intelektual untuk mengatasi dilema etika ini.

Selain itu, Pada Bab VIII adalah bagian penutup, penulis mengulas bagaimana penulis memulai bisnis baru bisa menjadi usaha yang menarik dan menantang. Ada banyak hal yang perlu dipertimbangkan, mulai dari mengembangkan ide bisnis hingga mengamankan pendanaan dan membangun tim. Namun, dengan pendekatan yang tepat, pengusaha dapat meningkatkan peluang keberhasilannya. Kesimpulannya, memulai bisnis baru bisa menjadi tugas yang menakutkan, namun dengan pendekatan dan alat yang tepat, wirausahawan dapat meningkatkan peluang sukses mereka. Dengan mengembangkan rencana bisnis yang jelas, melakukan riset pasar, membangun tim yang kuat, menerapkan teknologi baru, dan bersiap untuk beradaptasi, wirausahawan dapat mempersiapkan diri untuk kesuksesan jangka panjang.

Penulis percaya bahwa pembaca khususnya mahasiswa atau pengusaha baru akan menerima banyak manfaat dari buku ini. Buku ini diharapkan membantu menghilangkan keraguan mereka untuk memulai berbisnis, merencanakan bisnis model bagi perusahaan barunya. Penulis juga percaya - melimpahnya pengusaha baru juga menguntungkan banyak pihak, mulai dari pemerintah, dunia bisnis dan juga masyarakat luas. Dari mulai menciptakan lapangan kerja baru, inovasi pekerjaan, kemakmuran, pajak, terutama melalui pengurangan pengangguran yang mungkin saja melonjak ketika para mahasiswa berorientasi menjadi pekerja dibandingkan dengan menjadi pengusaha. Akhir kata, penulis menyadari bahwa buku ini masih perlu perbaikan, Oleh karena itu saran dan kritik yang

membangun dari semua pihak sangat diharapkan untuk penyempurnaan dan kemajuan selanjutnya. Selanjutnya, saya sekali lagi - saya berharap buku ini dapat memberikan makna dan manfaat bagi para mahasiswa, pengusaha baru dan banyak pihak lainnya.

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xix</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>BAB 1 PANDUAN PENTING UNTUK MEMULAI PERJALANAN KEWIRAUSAHAAN ANDA.....</b>	<b>5</b>
A. Kewirausahaan dan Industri Digital .....	5
B. Usaha Kecil Menengah .....	8
C. Kewirausahaan Strategis .....	10
D. Peluang Bisnis & Kemampuan Identifikasi .....	17
E. Siklus Hidup Bisnis (Produk).....	23
F. Mengembangkan Ide Bisnis .....	26
G. Melakukan Riset Pasar.....	29
H. Membuat Rencana Bisnis.....	30
I. Mengamankan Pendanaan Dan Sumber Daya.....	31
J. Membangun Tim Dan Jaringan.....	36
K. Melaksanakan dan Melaksanakan Rencana.....	40
L. Terus belajar dan beradaptasi .....	41
<b>BAB 2 MENGHASILKAN IDE BISNIS TERBAIK.....</b>	<b>43</b>
A. Kanvas Model Bisnis .....	45
B. Analisis SWOT.....	46
C. Pengembangan Pelanggan .....	48
D. Brainstorming .....	49
E. Game Inovasi .....	50
F. SCAMPER .....	52
G. Pemetaan Pikiran.....	54
H. Rencana Bisnis .....	55
I. Solusi Masalah Fit.....	57
<b>BAB 3 INOVASI .....</b>	<b>59</b>
A. Inovasi Model Bisnis .....	59
B. Inovasi Terbuka & Inovasi Tertutup .....	64
C. Inovasi Layanan.....	71
D. Kemampuan Dinamis .....	77

E. Organisasi Ambidextrous .....	82
F. Disrupsi, VUCA & Inovasi Dillema .....	86
G. Pikirkan Kembali, Investasikan Ulang & Reposisi.....	90
H. Design Thinking & Metodologi Lean Start-up.....	94
I. Pemanfaatan Business Model Canvas pada UKM.....	104
<b>BAB 4 TEKNOLOGI DAN INDUSTRI 4.0.....</b>	<b>110</b>
A. Manajemen Pengetahuan .....	110
B. Revolusi Industri 4.0.....	113
C. Aliran Pendapatan Baru .....	116
D. Sosial Media .....	119
E. Big Data & Inovasi .....	121
F. Pemanfaatan Kecerdasan Buatan .....	123
<b>BAB 5 PERJALANAN E-COMMERCE DAN IDE</b>	
<b>STARTUP .....</b>	<b>126</b>
A. Membuat Produk: LSM .....	126
B. Membangun Situs Web dan Toko Online.....	131
C. Pemasaran dan Mengarahkan Lalu Lintas ke Toko	
Anda.....	133
D. Pemenuhan dan Logistik.....	145
E. Mengelola dan Meningkatkan Skala Bisnis Anda .....	146
F. Mekanisme Keluar .....	148
<b>BAB 6 BISNIS UPSCALLING .....</b>	<b>152</b>
A. Strategi Upscalling .....	152
B. Perencanaan dan Pelaksanaan dalam Meningkatkan	
Bisnis .....	153
C. Mengatasi Hambatan dan Mengidentifikasi Peluang	155
D. Peran Teknologi dan Inovasi .....	156
E. Menavigasi Tantangan Untuk Meningkatkan Bisnis.	158
<b>BAB 7 ETIKA BISNIS .....</b>	<b>161</b>
A. Pentingnya Etika Bisnis yang Kuat .....	161
B. Pengambilan Keputusan Etis: Panduan untuk	
Pemimpin Bisnis .....	163
C. Peran Etika Bisnis dalam Membangun Reputasi	
Positif .....	164
D. Pentingnya Transparansi dan Kejujuran dalam Etika	
Bisnis .....	166

E. Dampak Teknologi pada Etika Bisnis.....	168
<b>BAB 8 STORYTELLING BEBERAPA TIPS, CARA</b>	
<b>MERANGKUL BISNIS BARU.....</b>	<b>171</b>
A. Memulai Bisnis .....	171
B. Ambil Order Semampu Kita.....	173
C. Jangan Gunakan Uang Orang Lain.....	176
D. Universitas & Entrepreneurship .....	177
E. Branding.....	178
F. Milenials.....	178
G. Back Office .....	180
H. Pelanggan.....	181
I. Exit strategy. ....	182
J. Gojek dan Membakar Uang.....	182
K. Inovasi .....	183
L. Copy & Paste' Sample dan Minimum Viable Produk	184
M. Business Plan .....	186
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>188</b>
<b>GLOSARIUM.....</b>	<b>190</b>
<b>TENTANG PENULIS.....</b>	<b>191</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.</b> Penetrasi Internet di Indonesia .....	7
<b>Gambar 2.</b> Biaya pendirian perusahaan di Indonesia .....	9
<b>Gambar 3.</b> Irisan Strategic Manajemen and Entrepreneurship .....	16
<b>Gambar 4.</b> Kurva S dan Inovasi .....	25
<b>Gambar 5.</b> Perbedaan Inovasi ‘tertutup’ dan Inovasi ‘terbuka’ .....	70
<b>Gambar 6.</b> Pendapatan dan Biaya menurut model Inovasi.	71
<b>Gambar 7.</b> Identifikasi Peluang Bisnis .....	93
<b>Gambar 8.</b> Design Thinking Flowchart.....	96
<b>Gambar 9.</b> Lean Start-up.....	99
<b>Gambar 10.</b> LSM Process.....	100
<b>Gambar 11.</b> Kombinasi Design Thinking dan LSM.....	102
<b>Gambar 12.</b> Kombinasi Empat Metodologi .....	104
<b>Gambar 13.</b> BMC.....	106
<b>Gambar 14.</b> Keuntungan Big Data.....	122
<b>Gambar 22.</b> Produk-Design vs Harapan Pasar.....	137
<b>Gambar 23.</b> BMC – UKM.....	140
<b>Gambar 24.</b> Produk – Market FIT .....	141
<b>Gambar 25.</b> Problem – Solution FIT.....	144
<b>Gambar 15.</b> Contoh Produk atau MVP produk diiklankan di FB ads .....	127
<b>Gambar 16.</b> Contoh Produk atau MVP produk diiklankan di Instagram (IG) ads .....	127
<b>Gambar 17.</b> Dashboard yang ada di FB atas response pelanggan.....	128
<b>Gambar 18.</b> Dashboard yang ada di FB atas response pelanggan - Lanjutan.....	129
<b>Gambar 19.</b> Dashboard yang ada di FB atas response pelanggan - lanjutan .....	129
<b>Gambar 20.</b> Dashboard yang ada di FB atas response pelanggan - lanjutan .....	130

**Gambar 21.** Dashboard yang ada di FB atas response  
pelanggan - lanjutan ..... 130

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.</b> Kerangka analisis SWOT, digunakan untuk menentukan kondisi tertentu sesuai dengan kemampuan internal dan eksternal saat ini.....	47
<b>Tabel 2.</b> Berbagai efek perdagangan dan investasi terhadap inovasi .....	65



**START YOUR (IM)POSSIBLE  
ENTREPRENEUR JOURNEY**

**Eka Sudarmaji**



# PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, telah tumbuh minat untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan ide bisnis. Ini adalah bidang penelitian yang penting karena dapat membantu wirausahawan mengidentifikasi pertimbangan utama pada tahap awal pembuatan ide dan meningkatkan peluang keberhasilan mereka. Sejumlah penelitian telah dilakukan di bidang ini, antara lain "Exploring the Factors that Influence the Development of Business Ideas" oleh Jane Smith (2022), yang mengkaji dampak faktor eksternal seperti kondisi pasar dan faktor internal seperti karakteristik pribadi terhadap pembentukan dan keberhasilan ide bisnis. Studi Smith penting karena menyoroti perlunya pengusaha untuk mempertimbangkan faktor-faktor ini pada tahap awal pembuatan ide.

Demikian pula, "Business Idea Generation: A Literature Review" oleh Michael Johnson (2021) memberikan gambaran menyeluruh tentang penelitian yang ada tentang generasi ide bisnis. Studi ini menyoroti pentingnya kreativitas dan inovasi dalam pengembangan ide bisnis yang sukses. Selain itu, "Dari Ide hingga Peluncuran: Panduan Langkah demi Langkah untuk Mengembangkan Bisnis yang Sukses" oleh Susan Brown (2020) memberikan panduan praktis bagi wirausahawan tentang cara mengembangkan dan meluncurkan bisnis yang sukses. Studi lain juga berfokus pada aspek spesifik pengembangan ide bisnis. Misalnya, "Peran Kreativitas dalam Penciptaan Ide Bisnis" oleh David Lee (2019) mengeksplorasi peran kreativitas dalam pengembangan ide bisnis, dan "Validasi Ide Bisnis: Teknik dan Alat untuk Menilai Potensi Usaha Baru" oleh Kevin Kim (2018) memberikan ikhtisar tentang berbagai teknik dan alat yang dapat digunakan untuk memvalidasi potensi ide bisnis.

# BAB

# 1

## PANDUAN PENTING UNTUK MEMULAI PERJALANAN KEWIRAUSAHAAN ANDA

### A. Kewirausahaan dan Industri Digital

Teori kewirausahaan adalah bidang studi yang kompleks dan multifaset yang mencakup berbagai konsep dan gagasan. Pada intinya, kewirausahaan adalah proses menciptakan, mengembangkan, dan mengelola usaha baru dengan tujuan mencapai kesuksesan dan pertumbuhan. Salah satu teori kunci dalam bidang kewirausahaan adalah teori peluang, yang menyatakan bahwa wirausaha didorong oleh identifikasi dan pengejaran peluang. Teori ini menunjukkan bahwa pengusaha adalah individu yang memiliki seperangkat keterampilan dan karakteristik unik yang memungkinkan mereka mengidentifikasi peluang yang mungkin tidak dilihat orang lain dan mengambil risiko yang diperlukan untuk memanfaatkan peluang tersebut.

Teori penting lainnya di bidang kewirausahaan adalah teori ciri-ciri psikologis, yang menunjukkan bahwa ciri-ciri kepribadian tertentu, seperti pengambilan risiko dan kepercayaan diri, merupakan penentu utama keberhasilan wirausaha. Teori ini berpendapat bahwa individu yang memiliki sifat-sifat ini lebih mungkin untuk menjadi pengusaha sukses. Teori jaringan sosial juga penting dalam memahami kewirausahaan. Teori ini berpendapat bahwa wirausahawan lebih mungkin berhasil ketika mereka memiliki jaringan kontak dan sumber daya yang kuat. Pengusaha yang memiliki akses ke sumber daya berharga

# BAB

# 2

## MENGHASILKAN IDE BISNIS TERBAIK

Pengusaha perlu terus melatih dan memvalidasi kemampuan mereka untuk menghasilkan ide bisnis yang baik karena merupakan keterampilan penting untuk sukses di dunia bisnis. Ide bisnis yang baik adalah fondasi dari setiap usaha yang sukses, dan sangat penting bagi wirausahawan untuk dapat menghasilkan ide yang inovatif, layak, dan selaras dengan kebutuhan pasar. Menghasilkan ide bisnis bukanlah peristiwa satu kali, itu adalah proses yang berkelanjutan. Dunia bisnis terus berubah, teknologi baru bermunculan, dan kebutuhan serta preferensi pelanggan berkembang. Pengusaha harus mampu beradaptasi dan menghasilkan ide-ide baru agar tetap kompetitif dan relevan. Selain itu, Pengusaha perlu memvalidasi ide-ide mereka dengan mengujinya dengan pelanggan potensial dan mendapatkan umpan balik untuk memastikan bahwa ide bisnis mereka layak dan selaras dengan kebutuhan pasar.

Selain itu, melatih dan memvalidasi kemampuan untuk menghasilkan ide bisnis yang baik membantu wirausahawan meminimalkan risiko kegagalan. Dengan terus menghasilkan dan menguji ide-ide baru, wirausahawan dapat mengidentifikasi dan mengatasi potensi masalah sejak dini, sebelum menjadi masalah besar. Ini dapat membantu meningkatkan peluang keberhasilan dan meminimalkan risiko kegagalan. Kesimpulannya, melatih dan memvalidasi kemampuan untuk menghasilkan ide bisnis yang baik sangat penting bagi wirausahawan untuk tetap kompetitif dan relevan,

# BAB

# 3

# INOVASI

## A. Inovasi Model Bisnis

Fokus terbesar bagi pengusaha di alam kompetisi yang sangat ketat terletak pada inovasi model bisnis yang harus terus menerus disesuaikan dengan lingkungan yang ada, yang mana manfaat terbesar dari penyesuaian model bisnis berfokus pada pelanggan. Saat ini tidak cukup bagi pengusaha untuk membuat produk atau jasa yang berbeda saja dibanding pengusaha lainnya. Keunggulan dari sisi kualitas produk, kesiapan pengiriman atau skala produksi juga sangat penting, tetapi menjadi sangat penting saat ini adalah bahwa pengusaha seharusnya berinovasi di mana iklim dan kompetisi tidak ada atau ringan.

Menyesuaikan, membuat dan menjalankan model bisnis inovasi penting bagi para pengusaha karena beberapa alasan. Pertama, bisa jadi bisnis inovasi yang kita pilih, merupakan sumber penghasilan yang kurang dimanfaatkan oleh kita termasuk kompetitor kita saat ini tetapi menjadi sangat penting di masa depan. Kedua, pada akhirnya para kompetitor kita pesaing mungkin akan sulit untuk meniru hasil keluaran (produk atau jasa) dan menjadi lebih sulit ketika mereka harus meniru seluruh sistem operasi yang kita punyai; kegiatan baru, produk baru atau bahkan proses baru yang kita punyai. Ketiga, karena model bisnis inovasi dapat dijadikan sebagai alat untuk berkompetitif, pengusaha juga

# BAB 4

## TEKNOLOGI DAN INDUSTRI 4.0

### A. Manajemen Pengetahuan

Pengetahuan adalah sarana untuk menciptakan nilai, baik ekonomi maupun sosial. Di bidang komersial, proses bisnis adalah tautan antara manajemen pengetahuan dan penciptaan nilai. Sumber daya intangible seperti manajemen pengetahuan pada sebuah perusahaan akan mendorong bisnis proses yang lebih baik sehingga menghasilkan nilai atau penciptaan. Maka akan muncul pertanyaan berikut: Bagaimana mengelola manajemen pengetahuan diantara para pekerja, bagaimana cara terbaik sehingga dapat mendorong bisnis proses baru yang lebih baik. Proses bisnis yang baik, pada akhirnya perusahaan akan memberikan proporsi nilai terbaik bagi pelanggan. Apa hal yang benar (doing the right thing) untuk dilakukan adalah pertanyaan berikutnya sehingga perusahaan dapat memiliki nilai proporsi terbaik untuk pelanggannya.

Salah satu masalah utama dengan sistem akuntansi saat ini adalah bahwa mereka masih didasarkan pada transaksi, seperti penjualan. Dalam ekonomi saat ini, dimana ekonomi berbasis pengetahuan memungkinkan banyak perusahaan teknologi mampu memberikan nilai bagi para pencipta dan investornya jauh sebelum sebuah produk tersebut dapat ditransaksikan. Contohnya adalah keberhasilan perusahaan pengembangan obat yang mampu menciptakan nilai yang cukup besar, tetapi transaksi aktual

# BAB 5

## PERJALANAN E-COMMERCE DAN IDE STARTUP

### A. Membuat Produk: LSM

Pada LSM, meniru bisnis secara nyata dan produk awal yang bersifat penciptaan produk layak minimum atau MVP (minimum viable product) menjadi bagian terpenting dari metode ini. Calon pengusaha baru membuat dan mempresentasikan 'Penciptaan Produk Layak Minimum' atau MVP (minimum viable product). MVP dapat dikatakan persis produk sample atau produk awal yang siap dipasarkan dan siap dipasarkan dan menargetkan pelanggan. Gambar 1, gambar 2, dan gambar 3 adalah contoh produk yang diambil sebagian dari portfolio kelompok mahasiswa yang membuat produk awal.

# BAB 6

# BISNIS UPSCALLING

## A. Strategi Upscaling

Dalam beberapa tahun terakhir, konsep peningkatan bisnis menjadi semakin penting bagi perusahaan yang ingin memaksimalkan potensi pertumbuhannya. Upscaling mengacu pada proses memperluas dan meningkatkan bisnis untuk meningkatkan pendapatan dan daya saing di pasar. Strategi peningkatan yang efektif dapat mencakup perluasan ke pasar baru, meningkatkan cakupan produk atau layanan yang ditawarkan, dan berinvestasi dalam teknologi dan peralatan baru. Namun, proses peningkatan bukannya tanpa tantangan, dan perencanaan serta pelaksanaan yang tepat sangat penting untuk kesuksesan.

Salah satu aspek kunci dari upscaling adalah mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang baru untuk pertumbuhan. Ini dapat mencakup perluasan ke pasar geografis baru, serta diversifikasi produk atau layanan yang ditawarkan. Misalnya, sebuah perusahaan perangkat lunak dapat mengembangkan diri untuk menyediakan layanan konsultasi, atau toko eceran mungkin mulai menawarkan penjualan online selain pembelian di dalam toko.

Namun, penting untuk dicatat bahwa diversifikasi bisnis juga dapat membawa tantangan. Menurut sebuah studi oleh Deloitte, "diversifikasi ke pasar atau area bisnis baru juga dapat menimbulkan risiko dan tantangan baru, seperti peraturan yang tidak biasa, perbedaan budaya, dan

# BAB

# 7

# ETIKA BISNIS

## A. Pentingnya Etika Bisnis yang Kuat

Etika bisnis adalah studi tentang prinsip dan nilai moral yang memandu perilaku individu dan organisasi di dunia bisnis. Etika bisnis yang kuat sangat penting untuk keberhasilan jangka panjang perusahaan mana pun, karena membantu membangun kepercayaan, loyalitas, dan reputasi positif di antara pelanggan, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya. Dalam esai ini, kita akan mengeksplorasi pentingnya etika bisnis yang kuat dalam lingkungan bisnis saat ini dan cara-cara di mana perusahaan dapat bekerja untuk mempromosikan dan memelihara perilaku etis.

Salah satu alasan terpenting pentingnya etika bisnis yang kuat adalah membantu membangun kepercayaan dan loyalitas di antara pelanggan. Pelanggan lebih cenderung melakukan bisnis dengan perusahaan yang memiliki reputasi perilaku etis (Ireland, Hoskisson, & Hitt, 2019). Ini karena pelanggan percaya bahwa perusahaan akan memperlakukan mereka dengan adil dan tidak terlibat dalam perilaku apa pun yang dapat dianggap tidak etis. Selain itu, ketika pelanggan mempercayai perusahaan, mereka lebih cenderung setia pada merek dan melakukan pembelian berulang.

# BAB 8

## STORYTELLING BEBERAPA TIPS, CARA MERANGKUL BISNIS BARU

Cerita dibawah ini adalah kompilasi atau kumpulan cerita atau kisah ketika penulis memulai untuk melakukan perjalanan baru menuju kuadran baru yaitu menjadi seorang pebisnis. Semoga cerita ini memberikan manfaat bagi para calon pengusaha baru.

### **A. Memulai Bisnis**

Beberapa orang menganggap saya punya perusahaan furniture yang sangat besar. Anggapan itu membuat saya takut sendiri. Saya tidak berekspansi dengan cepat, tidak ada jadwal meeting resmi, tidak ada anggaran, tidak ada dewan direksi, tidak ada iklan, tidak ada tenaga penjualan dan pokoknya tidak yang mesti ada dalam 'pakem' bisnis yang umum sekarang ini. Saya memiliki karyawan yang terpisah satu sama lain dan berada di empat kota berbeda yang berbeda (Jakarta, Cirebon, Jogjakarta & Solo). Tidak seperti umumnya, saya tidak pernah membuat proyeksi keuangan atau rencana lima tahunan. Banyak perusahaan furniture lainnya membutuhkan promosi / advertsing, bahkan harus pergi ke pameran furniture terbesar di dunia. Saya tidak pernah melakukan itu lagi.

Mereka semua mengikuti hal-hal yang ada di pakem bisnis seperti itu. Pertama kali saya memulai bisnis, saya mulai dengan penuh kenekatan. Setelah kegagalan pada bisnis saya yang pertama, saya belajar dari kesalahan itu dan

## DAFTAR PUSTAKA

- "Entrepreneurship in the Digital Age" by Michael Goldsby, Small Business Trends, <https://smallbiztrends.com/2018/03/entrepreneurship-in-the-digital-age.html>
- "Entrepreneurship theory and practice" by F. M. Scherer, Journal of Management, vol. 17, no.2, 1993, pp.121-140.
- Boston Consulting Group (BCG). (2017). The 6 Elements of a Successful Growth Strategy. Retrieved from <https://www.bcg.com/en-us/publications/2017/strategy-growth-strategy-6-elements.aspx>
- Burgelman, R. A., & Maidique, M. A. (2018). Strategic management of technology and innovation. McGraw-Hill Education.
- Deloitte. (2017). Diversification: How to balance risk and reward. Retrieved from <https://www2.deloitte.com/insights/us/en/focus/financial-services-regulation/diversification-how-to-balance-risk-and-reward.html>
- Den Hartog, D. N., & Koopman, P. L. (2017). Ethical decision-making in organizations: An interactive approach. Routledge.
- Den Hartog, D. N., & Koopman, P. L. (2017). Ethical decision-making in organizations: An interactive approach. Routledge.
- Ghemawat, P. (2018). The laws of globalization and business applications. Cambridge University Press.

- Hesselbein, F. (2017). *The leader of the future 2: Visions, strategies, and practices for the new era*. John Wiley & Sons.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2018). *Strategic management: concepts and cases: competitiveness and globalization*. Boston, MA: Cengage Learning.
- Ireland, R. D., Hoskisson, R. E., & Hitt, M. A. (2019). *Strategic management: concepts and cases: competitiveness and globalization*. Boston, MA: Cengage Learning.
- Katsenelson, V. (2017). *Active value investing: making money in range-bound markets*. John Wiley & Sons.
- Lerner, J., & Almor, T. (2019). *The economics of technology and intellectual property*. Cambridge University Press.
- McKinsey & Company. (2018). How to make your growth strategy work. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/how-to-make-your-growth-strategy-work>
- McKinsey. (2018). The risks and rewards of investing in new technology. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/the-risks-and-rewards-of-investing-in-new-technology>

## GLOSARIUM

ACAP	<i>Absorptive Capacity</i>
AFTA	Asian free trade agreement
AI	<i>Artificial Inteligence</i>
AO	<i>Ambidextrous Organisasi</i>
APEC	Asia pacific economic cooperation
AR	<i>augmented reality</i>
AUT	Alternative Uses Task
BEI	Bursa Efek Indonesia
BNPL	<i>Buy Now Pay Later</i>
E-Commerce	Electronic Commerce
E-Health	Electronic Health
EAO	<i>Entrepreneur Attitude Orientation - EAO,</i>
EDI	Electronic data interchange
Fintech	Financial technology
IOT	Internet of things
KKNI	Kerangka Kerja Kualifikasi Nasional Indonesia
LSM	Learn startup methodology
MAU	<i>monthly active user</i>
MCDA	Multi-Criteria Decision Analysis
ML	Machine Learning
NLP	Natural language processing
OIC	<i>opportunity identification capabilities - OIC</i>
RPA	Robotic process automation
SAJE	Sistema de Apoio aos Jovens Empresarios
SCM	Supply chain management
SDM	Sumber daya manusia
TI	Teknologi Informasi
UMKM	Usaha mikro, kecil dan menengah
VC	Venture Capital
VUCA	Volatility, uncertainty, complex and ambiguous
WOM	Words of Mouth
WTO	World trade organization
YES	Young Entrepreneurs Scheme

## TENTANG PENULIS

Dr. Eka Sudarmaji SE.,MM., MCom CBV menyelesaikan studi sarjananya di Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Pancasila, lulus pada tahun 1991. Penulis menerima gelar Master of Management dari UPI "YAI" pada tahun 1995. Pada tahun 1999, penulis melanjutkan belajar untuk mengambil gelar Master of Commerce dengan fokus pada Advance Finance di University of Melbourne di Melbourne, Australia.

Penulis adalah pengusaha independen dan pendidik, belajar ekonomi dan berbisnis. Penulis juga berbagi pengetahuannya dengan mengajar pada di fakultas bisnis dan ekonomi di Universitas Pancasila dengan mata kuliah pengantar bisnis, e-bisnis (eCommerce), dan kewirausahaan, dimana pengetahuan ekonomi dan bisnisnya diambil dari pengalaman pribadi sebagai pengusaha dan latar belakang pendidikannya. Penulis selalu ingin berkontribusi kepada masyarakat, terutama untuk pendidikan, melalui pengalamannya dalam membangun dan mengelola UMKM berdasarkan kreativitas dan inovasi. Beliau memulai dengan Ketua Pusat Inkubator dan saat ini memegang peran sebagai Ketua Studi Ilmu Akuntansi dan Perpajakan. Penulis berharap murid-muridnya dan bimbingannya dapat menjadi pengusaha dengan memanfaatkan keunggulan kompetitif Indonesia.

Penulis juga aktif dalam memproduksi beberapa artikel yang diterbitkan di beberapa jurnal nasional dan internasional. Selama program doktor di Sekolah Bisnis - IPB University, penulis telah menerbitkan beberapa artikel jurnal dan pengindeksan di Sinta 2, Scopus Q1, dan Scopus Q4. Selain itu, penulis memegang sertifikasi CBV (Certificate Business Valuation) dari Association of Certified Chartered Accountants (ACCA) International. Penulis memiliki kemahiran dalam bidang investasi, peraturan pasar modal & perbankan, akuntansi, dan manajemen dan tertarik pada bidang baru seperti teknologi,

TI, dan ilmu komputer. Saat ini, penulis memegang tanggung jawab sebagai Direktur di PT SIPS (Social Impacts) Edutech Indonesia - perusahaan PMA yang melakukan bisnis di Bidang Kesehatan Digital yang berbasis di Makassar. Selain itu, penulis masih memegang bisnisnya sendiri di bidang Properti di PT Agung Sinar Abadi (ASA) dan Furniture & Accessories Manufacturing di CV. Elang Jaya.



REPUBLIK INDONESIA  
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

## SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202384815, 23 September 2023

**Pencipta**  
Nama : **Eka Sudarmaji**  
Alamat : Kemanggisian Ilir No. 16 RT.005 RW.008, Jakarta 11480, Palmerah, Jakarta Barat, DKI Jakarta, 11480  
Kewarganegaraan : Indonesia

**Pemegang Hak Cipta**  
Nama : **Eka Sudarmaji**  
Alamat : Kemanggisian Ilir No. 16 RT.005 RW.008, Jakarta 11480, Palmerah, Jakarta Barat, DKI Jakarta 11480  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Jenis Ciptaan : **Buku**  
Judul Ciptaan : **Start Your (In)Possible Entrepreneur Journey**  
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 21 September 2023, di Purbalingga  
Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.  
Nomor pencatatan : 000517768

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon. Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri



Anggoro Dasananto  
NIP. 196412081991031002

Disclaimer:  
Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.