

Penulis: Dr. Inanna, S.Pd., M.Pd.



INOVASI KEWIRAUSAHAAN



Editor : Prof. Dr. Rahmatullah, S.Pd., M.E.

INOVASI KEWIRAUSAHAAN

Dr. Inanna, S.Pd., M.Pd.



Tahta Media Group

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

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 Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h 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).

INOVASI KEWIRAUSAHAAN

Penulis:
Dr. Inanna, S.Pd., M.Pd.

Desain Cover:
Tahta Media

Editor:
Prof. Rahmatullah, S.Pd., M.Pd.

Proofreader:
Tahta Media

Ukuran:
vi, 74, Uk: 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-634-262-061-8

Cetakan Pertama:
November 2025

Hak Cipta 2025, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2025 by Tahta Media Group
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP
(Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP)
Anggota IKAPI (216/JTE/2021)

PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wata'ala atas rahmat dan karunia-Nya sehingga bahan ajar dengan judul "Inovasi Kewirausahaan" dapat diselesaikan. Bahan ajar ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang konsep inovasi kewirausahaan. Di dalam buku ajar ini, kami menyajikan proses pembelajaran yang didukung oleh pendekatan pembelajaran inovatif.

Buku ajar ini juga mencakup berbagai topik penting, seperti Konsep Dasar Inovasi Kewirausahaan, Identifikasi Peluang Usaha, Kreativitas dan Design Thinking, Model Inovasi Bisnis, Strategi Pengembangan Inovasi Produk, dan Inovasi Berbasis Teknologi Digital. Setiap KBM disusun secara sistematis untuk membantu mahasiswa memahami konsep-konsep tersebut secara mendalam dan menerapkannya dalam konteks nyata. Semoga Buku Ajar ini menjadi sumber pengetahuan yang berharga dan membantu dalam memahami lebih dalam tentang konsep Belajar dan Pembelajaran

Makassar, 30 Oktober 2025

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA	iv
DAFTAR ISI	v
BAB 1 KONSEP DASAR INOVASI KEWIRAUSAHAAN	1
A. Pengertian Inovasi kewirausahaan.....	1
B. Jenis-Jenis Inovasi	3
C. Faktor pendorong dan penghambat inovasi	4
D. Inovasi Bisnis Tingkat Lokal dan Global	5
E. Kewirausahaan Di Era Digital	6
F. Ruang Lingkup Kewirausahaan.....	7
Daftar Pustaka	10
BAB 2 IDENTIFIKASI PELUANG USAHA	11
A. Pengertian Peluang Usaha	12
B. Cara Mengidentifikasi Peluang Usaha.....	13
C. Ciri-Ciri Peluang Usaha.....	15
D. Sumber-Sumber Potensial Peluang Usaha.....	16
E. Langkah Pengembangan Ide Dalam Peluang Usaha	17
F. Faktor Penyebab Kegagalan Dan Keberhasilan Usaha Baru.....	18
Daftar Pustaka	21
BAB 3 KREATIVITAS DAN DESIGN THINKING	23
A. Pendahuluan.....	23
B. Tahapan Design Thinking.....	24
C. Brainstorming	27
D. Mind Mapping	28
E. Teknik Kreatif Lainnya.....	30
Daftar Pustaka	31
BAB 4 MODEL INOVASI BISNIS.....	32
A. Konsep Inovasi Bisnis	32
B. Model-Model Inovasi Bisnis	33
C. Faktor Pendukung dan Penghambat Inovasi.....	35
Daftar Pustaka	39
BAB 5 STRATEGI PENGEMBANGAN INOVASI PRODUK	42
A. PENDAHULUAN	42
B. Pengertian Strategi Pengembangan Produk.....	45

C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Strategi Pengembangan Produk Inovatif.....	47
D. Model Strategi Pengembangan Produk Inovatif.....	49
E. Perusahaan/Produk di Indonesia yang Melakukan Strategi Pengembangan Produk Inovatif.....	53
Daftar Pustaka	57
BAB 6 STRATEGI PEMASARAN INOVATIF	60
A. Konsep Strategi Pemasaran	60
B. Fungsi Strategi Pemasaran yang Inovatif	61
C. Konsep Strategi Pemasaran yang Inovatif.....	62
Daftar Pustaka	64
BAB 7 INOVASI BERBASIS TEKNOLOGI DIGITAL	65
A. Pendahuluan.....	65
B. Landasan Teori Digital Inovation	66
C. Karakteristik Inovasi Teknologi Digital	68
D. Analisis SWOT Inovasi Berbasis Teknologi Digital	69
E. Contoh Inovasi Digital.....	70
Daftar Pustaka	73
PROFIL PENULIS	74

BAB 1

KONSEP DASAR INOVASI KEWIRAUSAHAAN

A. PENGERTIAN INOVASI KEWIRAUSAHAAN

Inovasi tidak lepas dari dua kriteria utama yakni kebaruan (novelty) (improvement). Kebaruan disini tidak harus berupa menciptakan menciptakan sebuah produk baru tapi juga bisa pada sisi nilai guna, kondisi dan aplikasinya. Improvement disini dimaksudkan pencarian alternative terbaik yang paling efisien dan efektif untuk sebuah proses maupun sebuah produk.

Inovasi sendiri didefinisikan sebagai mengambil ide-ide kreatif dan mengubahnya menjadi produk atau metode kerja yang berguna. Suatu usaha bisnis yang mampu membuat inovasi maka usaha tersebut dapat memimpin dan memperkecil kemungkinan kompetitor untuk melakukan inovasi lebih awal. Maka dari itu pebisnis harus menyiapkan startegi inovasi terhadap usaha bisnisnya agar dapat menciptakan keunggulan dari pesaing. Menurut (Utaminingsih, 2016), inovasi yang berkelanjutan dalam suatu perusahaan merupakan kebutuhan mendasar yang akan mampu menciptakan keunggulan kompetitif (Lestari et al., 2019). Menurut Trott inovasi ialah pengelolaan semua kegiatan yang berkaitan dengan penciptaan kreatif, pengembangan teknologi, proses manufaktur serta pemasaran produk atau proses manufaktur atau peralatan baru atau ditingkatkan (Putri Amanda & M. Nawawi, 2022).

Seorang wirausaha perlu memiliki orientasi kewirausahaan dimana mereka harus inovatif, pengambil resiko dan proaktif. Ismayanti (2008) menyatakan bahwa seseorang dengan orientasi kewirausahaan dapat mencapai target pasar dan berada di posisi pasar yang lebih depan dibandingkan dengan pesaing mereka. Dengan mengadopsi orientasi kewirausahaan dapat sering mengambil manfaat dari inovasi dan mengambil risiko dalam strategi pasar dan produk mereka. Inovasi produk merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang

yang pada akhirnya menciptakan pelanggan. Adanya inovasi dapat membantu UMKM dalam memperluas pasarnya untuk mendapatkan konsumen yang loyal. Menurut Hurley dan Hult (1998) mendefinisikan bahwa inovasi sebagai sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis. Oleh karena itu dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan baru dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang memuaskan konsumen (Nurjanah & Isa, 2021).

Secara harfiah, kewirausahaan berasal dari kata dasar wirausaha diberi awalan ke dan akhiran an yang bersifat membuat kata benda wirausaha mempunyai pengertian abstrak, yaitu hal-hal yang bersangkutan dengan wirausaha.

Pengertian kewirausahaan menurut para ahli, di antaranya sebagai berikut:

1. Pengertian Kewirausahaan Menurut Kemendikdas Kewirausahaan adalah suatu sikap, jiwa dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, yang sangat bernilai dan berguna, baik bagi dirinya sendiri maupun bagi orang lain.
2. Menurut A. Pekerti Kewirausahaan adalah kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mendirikan, mengelola, mengembangkan, dan melembagakan perusahaan miliknya sendiri. Kewirausahaan tidak hanya menyangkut kegiatan yang bersifat komersil (mencari keuntungan semata) tetapi juga non komersil.

Kewirausahaan merupakan karakteristik kemanusiaan yang berfungsi besar dalam mengelola suatu bisnis, karena pengusaha yang memiliki jiwa kewirausahaan akan memperlihatkan sifat pembaharu yang dinamis, inovatif dan adaptif terhadap perubahan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Dengan kewirausahaan yang tinggi maka manajemen akan dapat diperbaiki secara terus menerus (Hadiyati, 2011).

Kewirausahaan merupakan proses penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan mencari peluang yang dihadapi setiap orang dalam kehidupan sehari-hari. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif demi terciptanya peluang (Rintan, 2017).

Kewirausahaan merupakan karakteristik kemanusiaan yang berfungsi besar dalam mengelola suatu bisnis, karena pengusaha yang memiliki jiwa kewirausahaan akan memperlihatkan sifat pembaharu yang dinamis, inovatif

dan adaptif terhadap perubahan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Dengan kewirausahaan yang tinggi maka manajemen akan dapat diperbaiki secara terus menerus.

Wirausaha (entrepreneur) terdiri dari kata wira dan usaha. Dalam Kamus Bahasa Indonesia (KBBI 2008), Wira berarti utama gagah, luhur, berani, teladan, pejuang. Sementara usaha diartikan sebagai kegiatan yang bersifat komersial maupun non komersial. Jadi wirausaha dapat diartikan sebagai orang yang berjiwa berani mengambil resiko, untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan.

Berikut pengertian wirausaha menurut beberapa ahli

1. Pengertian wirausaha menurut Alma adalah orang yang mengkombinasikan sumber daya (resources), tenaga kerja, material dan peralatan lainnya untuk meningkatkan nilai yang lebih tinggi dari sebelumnya dan juga orang memperkenalkan perubahan-perubahan inovasi, dan perbaikan produksi.
2. Pengertian Wirausaha Menurut Kemdiknas Wirausaha adalah seseorang yang karakter selalu tidak puas dengan apa yang telah dicapai dan terampil memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya, dengan tujuan untuk meningkatkan kehidupannya.
3. Menurut Marzuki Usman Wirausaha adalah seseorang yang memiliki kemampuan dalam menggunakan dan mengombinasikan sumber daya, seperti keuangan, tenaga kerja, material, keterampilan untuk menghasilkan produk, bisnis, proses produksi, dan organisasi usaha baru. Inovasi kewirausahaan adalah proses menciptakan nilai baru melalui pengembangan produk, jasa atau proses yang unik dan berbeda dari yang sudah ada.

B. JENIS-JENIS INOVASI

Jenis Inovasi dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Inovasi Produk

Produk yang disediakan untuk pengguna potensial, yang baru atau secara signifikan berubah sehubungan dengan karakteristik atau kegunaannya.

2. Inovasi Layanan

Inovasi layanan terdiri dari kegiatan, seperti transportasi dan logistik, informasi dan layanan berbasis pengetahuan. Secara umum, layanan dicirikan oleh intangibilitas, heterogenitas, dan ketidakterpisahan.

3. Inovasi Proses

Proses inovasi yang menghasilkan kebutuhan akan suatu produk, elemenelemen baru diperkenalkan ke dalam bahan input operasi produksi atau layanan organisasi, spesifikasi tugas, mekanisme kerja dan arus informasi, dan peralatan digunakan untuk menghasilkan produk atau memberikan layanan dengan tujuan mencapai biaya yang lebih rendah dan / atau kualitas produk yang lebih tinggi.

4. Inovasi Model Bisnis

Inovasi model bisnis mewakili dimensi baru inovasi, berbeda, meskipun saling melengkapi, dengan dimensi inovasi tradisional, seperti produk, proses, atau organisasi.

5. Inovasi Strategi Pemasaran

Menciptakan dan menerapkan ide-ide baru untuk memasarkan produk atau layanan, dengan tujuan meningkatkan daya saing perusahaan, memenuhi kebutuhan pelanggan, dan membuka pasar baru.

C. FAKTOR PENDORONG DAN PENGHAMBAT INOVASI

1. Faktor Pendorong Inovasi

Upaya melaksanakan sebuah inovasi memiliki beberapa indikator yang berpengaruh dalam pelaksanaannya. Faktor-faktor tersebut bisa menjadi suatu keberhasilan suatu inovasi itu sendiri. faktor-faktor pendukung dalam pelayanan publik sebagai berikut:

- a. Perkembangan teknologi digital
- b. Tuntutan dan perubahan kebutuhan konsumen
- c. Persaingan bisnis yang semakin ketat
- d. Lingkungan sosial dan budaya yang dinamis
- e. Globalisasi dan keterbukaan pasar

2. Faktor Penghambat Inovasi

Selain faktor pendukung, suatu inovasi juga tidak lepas dari adanya faktor yang dapat menghambat suatu inovasi yang dibuat tersebut. Menurut Borins dalam Noor (2013) terdapat beberapa faktor sebagai penghambat sebuah inovasi:

- a. Dapat berasal dari sistem internal dimana hal tersebut muncul karena kurang percaya atau ragu-ragu terhadap suatu inovasi.
- b. Bersumber pada lingkungan politik. Ketidakstabilan dalam lingkungan politik seperti adanya tambahan pembiayaan, peraturan yang menjadi penghambat suatu inovasi
- c. Bersumber atas timbulnya faktor-faktor di luar sektor publik, seperti skeptisisme publik mengenai keefektifan program dan tantangan dalam menerapkan program tersebut, khususnya dalam mengidentifikasi kelompok sasaran.

D. INOVASI BISNIS TINGKAT LOKAL DAN GLOBAL

1. Inovasi Bisnis Lokal

Produk lokal seringkali menghadapi tantangan dari sisi kualitas, akses pasar, dan persepsi konsumen. Untuk menjawab tantangan tersebut, inovasi menjadi solusi dalam meningkatkan nilai tambah produk. Inovasi dapat berupa perubahan kemasan, difersifikasi rasa, integrasi teknologi, hingga pendekatan pemasaran digital. Inovasi bukan hanya menciptakan sesuatu yang baru tetapi juga memperbaiki cara lama agar lebih efektif. Dalam konteks produk lokal, hal ini bisa diwujudkan melalui pendekatan terhadap riset pasar, pengembangan produk berkelanjutan, serta pemanfaatan sumber daya lokal secara efisien.

2. Inovasi bisnis global

Inovasi dalam pemasaran mencakup pengembangan produk baru, pendekatan pemasaran yang kreatif, dan strategi bisnis yang adaptif. Menurut Kotler & Keller (2016) inovasi merupakan kunci untuk mempertahankan relevansi perusahaan di pasar yang terus berubah.

Inovasi dalam pemasaran global dapat berupa:

- a. Pengembangan Produk: Menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan lokal sambil mempertahankan identitas global.

- b. Strategi Komunikasi: Memanfaatkan pendekatan narasi merek yang relevan dengan budaya lokal untuk meningkatkan keterlibatan konsumen.
- c. Beberapa studi, seperti yang dilakukan oleh Christenson dalam The Innovator's Dilemma, menunjukkan bahwa perusahaan yang inovatif lebih mampu menghadapi tantangan dari para pesaing dan meraih keunggulan kompetitif di pasar global.

E. KEWIRAUSAHAAN DI ERA DIGITAL

Dunia kewirausahaan digital (*digital entrepreneurship*), yakni kewirausahaan yang dipengaruhi oleh, atau memanfaatkan, transformasi digital dalam bisnis dan masyarakat.

Terdapat lima tipe dasar bisnis digital menurut Allen (2019) Yaitu:

1. Content-Based Business

Content-based business berupaya untuk memberikan nilai kepada pelanggan dengan menyediakan konten yang spesifik dalam format digital. Konten ini dapat meliputi resep, artikel, video, webinar, panduan, dan masih banyak lagi. Tantangan utama dalam tipe bisnis ini adalah bagaimana mencari topik yang tepat, dan perlu upaya untuk melakukan pemutakhiran konten secara konsisten.

2. Community-Based Business

Community-based business menawarkan nilai dengan cara menyediakan forum diskusi dan konten spesifik yang sebagian besar merupakan kontribusi dari penggunanya.

3. Online Store

Online store, seperti yang banyak kita jumpai saat ini, merupakan platform penjualan produk barang atau jasa. Kamu dapat memulai bisnis ini dengan bekerja sama dengan pengusaha lain yang memiliki produk bagus namun belum memahami bagaimana cara menciptakan toko daring. Kemudian, secara bertahap kamu dapat mengumpulkan data untuk memperoleh pemahaman terkait preferensi konsumen, dan menemukan peluang untuk cross-selling maupun upselling, atau bahkan berlangganan (*subscription*).

DAFTAR PUSTAKA

- Gartner. (2023). *IT roadmap for digital business transformation*. Gartner Inc. Diakses dari <https://www.gartner.com>
- Heikkilä, Marko, Heikkilä, Jouni, dan Ahmad, Shafiq. (2025). Data-driven business model innovation: Ethical data practices and ecosystem involvement. *Systems*, 13(3), 164. MDPI. <https://doi.org/10.3390/systems13030164>
- Jiao, Hong, Wang, Tao, Libaers, Dirk, dan Hong, Jun. (2024). The relationship between digital technologies and innovation: A review, critique, and research agenda. *Journal of Business Research*, 170, 114170. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114170>
- Luo, Jun. (2022). Data-driven innovation: What is it? *arXiv preprint*. <https://arxiv.org/abs/2201.01340>
- McKinsey & Company. (2024). *What is digital transformation?* McKinsey Insights. Diakses dari <https://www.mckinsey.com>
- MDPI. (2024). Digital transformation and innovation: The influence of digitalization on business performance. *Applied Sciences*, 14(8), 3454. <https://doi.org/10.3390/app14083454>
- Sciencedirect. (2021). Digital innovation: A systematic review and new framing. *The Journal of Strategic Information Systems*, 30(4), 101695. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2021.101695>
- Sciencedirect. (2023). A diffusion of innovation perspective for digital transformation on education. *Procedia Computer Science*, 217, 1516–1525. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.12.393>
- Tripathi, Shashank, Gupta, Manish, Meier, Andreas, dan Rehm, Sven V. (2024). Preparedness for data-driven business model innovation: A knowledge framework for incumbent manufacturing companies. *Applied Sciences*, 14(8), 3454. <https://doi.org/10.3390/app14083454>

PROFIL PENULIS



Dr. Inanna, S.Pd., M.Pd.

Lahir di Pangkajene, 23 Juni 1981. Merupakan Dosen tetap di Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar. Memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Ekonomi dari Universitas Negeri Makassar (2003), gelar magister Pendidikan Ekonomi dari Universitas Negeri Makassar (2006), dan gelar Dr. (Doktor) dalam bidang Pendidikan Ekonomi dari Universitas Negeri Malang, Indonesia (2016).

Tahun 2021 hingga tahun 2025 menjabat sebagai Kepala Laboratorium Microteaching Fakultas Ekonomidan Bisnis, Universitas Negeri Makassar. Sebagai peneliti, telah menghasilkan beberapa artikel penelitian, yang terbit pada jurnal dan prosiding, baik yang berskala nasional maupun internasional, dan telah menghasilkan beberapa buku ajar dan buku referensi serta telah memiliki hak kekayaan intelektual berupa hak cipta. Inanna merupakan editor maupun reviewer pada jurnal nasional. Minat kajian utama riset Inanna adalah bidang Pendidikan Ekonomi, Pendidikan Ekonomi Informal, kewirausahaan, UMKM, Model-Model Pembelajaran, dan *Education for Sustainable Development*. Dalam kaitannya dengan Merdeka belajar-Kampus Merdeka (MBKM), saat ini Inanna terlibat sebagai Dosen pengajar/pembimbing dalam beberapa bentuk kegiatan pembelajaran MBKM, seperti pertukaran mahasiswa, dosen pembimbing lapangan kampus mengajar, asessor rencana pembelajaran lampau dan Dosen Pembimbing Lapangan Kegiatan Bina Desa. Email Penulis: inanna@unm.ac.id.

INOVASI

KEWIRAUSAHAAN



IKAPI
INISIATIF KEMAJUAN PROFESI JURNALIS

CV. Tahta Media Group
Surakarta, Jawa Tengah
Web : www.tahtamedia.com
Ig : tahtamedia group
Telp/WA : +62 896-5427-3996

