



## Strategi Pengembangan Kewirausahaan dan Dinamika Kompetitif Untuk Menciptakan Inovasi

Suci Indah Larassati<sup>1</sup>, Fathir Naufal Ar Rizqi<sup>2</sup>, Hesti Kusumaningrum<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup> UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Jalan. Ir H. Juanda No.95, Cempaka Putih, Kecamatan. Ciputat Timur.,  
Kota Tangerang Selatan, Banten.

Email: [suciindahlarassati707@gmail.com](mailto:suciindahlarassati707@gmail.com)<sup>1</sup> [fathir.arrizqi2004@gmail.com](mailto:fathir.arrizqi2004@gmail.com)<sup>2</sup>  
[hesti.kusumaningrum@uinjkt.ac.id](mailto:hesti.kusumaningrum@uinjkt.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstract.** *Entrepreneurship and innovation are two key elements in strengthening economic growth and creating added value across various industry sectors. This study aims to investigate the relationship between entrepreneurship development strategies and competitive dynamics in fostering innovation. The research methodology employed includes both qualitative and quantitative analyses of data from various industries and markets. Findings indicate that the use of targeted and adaptive entrepreneurship development strategies can enhance a company's competitive position in a volatile market. Additionally, healthy competitive dynamics and interactions among market players also play a crucial role in stimulating innovation through healthy competition and productive collaboration. The practical implications of this study highlight the importance for companies to develop entrepreneurial strategies that focus not only on creating economic value but also on generating social and environmental value. Moreover, collaboration between companies, governments, and educational institutions is necessary to create an ecosystem that supports sustainable innovation. This research contributes to understanding the complex dynamics between entrepreneurship, competition, and innovation in the rapidly changing global economy.*

**Keywords:** *Management, Strategy, Entrepreneurship*

**Abstrak.** Kewirausahaan dan inovasi merupakan dua elemen kunci dalam memperkuat pertumbuhan ekonomi dan menciptakan nilai tambah dalam berbagai sektor industri. Studi ini bertujuan untuk menyelidiki hubungan antara strategi pengembangan kewirausahaan dan dinamika kompetitif dalam menciptakan inovasi. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis kualitatif terhadap data dari berbagai industri dan pasar. Temuan menunjukkan bahwa penggunaan strategi pengembangan kewirausahaan yang terarah dan adaptif dapat memperkuat posisi kompetitif suatu perusahaan dalam pasar yang berubah-ubah. Selain itu, dinamika kompetitif yang sehat dan interaksi antar pelaku pasar juga berperan penting dalam merangsang inovasi melalui persaingan yang sehat dan kolaborasi yang produktif. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi kewirausahaan yang tidak hanya berfokus pada penciptaan nilai ekonomi, tetapi juga pada penciptaan nilai sosial dan lingkungan. Selain itu, kolaborasi antara perusahaan, pemerintah, dan lembaga pendidikan juga diperlukan untuk menciptakan ekosistem yang mendukung inovasi berkelanjutan. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami dinamika kompleks antara kewirausahaan, kompetisi, dan inovasi dalam konteks ekonomi global yang berubah dengan cepat.

**Kata kunci:** Manajemen, Strategi, Kewirausahaan

### LATAR BELAKANG

Di tengah era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, kewirausahaan merupakan aset terpenting bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bahwa kewirausahaan bukanlah semata-mata tentang menciptakan bisnis baru, tetapi juga mencakup kemampuan untuk mengembangkan ide-ide inovatif, mengidentifikasi peluang pasar, dan mengelola risiko dengan baik. Dalam upaya untuk mengoptimalkan potensi kewirausahaan, perlu dipertimbangkan strategi

pengembangan yang tepat serta dinamika kompetitif yang ada di pasar (K. Lewis M. Schaper, T. Volery, P. Weber, 2011).

Mengembangkan pelaku usaha (wirausahawan) yang memiliki tingkat pengetahuan, keterampilan, dan kemandirian mental dalam lingkungan bisnis dan perusahaan dikenal sebagai pengembangan kewirausahaan. Hal ini mungkin sangat penting, terutama jika usaha yang terlibat terlibat dalam kegiatan sosial kemasyarakatan dan berdampak positif pada lingkungan. Meskipun ada kemiripan antara pelaku usaha konvensional dan pelaku usaha sosial, keduanya merupakan aset dan komponen utama kewirausahaan sosial di masyarakat. Mereka juga berfungsi sebagai penentu pertumbuhan suatu wilayah dalam pengembangan kewirausahaan berbasis kemasyarakatan. Kecuali pelaku usaha sosial yang aktifitasnya melibatkan masyarakat dan lingkungan sekitarnya, tidak semua pelaku usaha dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat. Pelaku usaha sosial memainkan peran yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi daerah khususnya lingkungan dimana ia tinggal, apalagi jika yang dihasilkan adalah produk atau jasa, maka akan dibutuhkan kreatifitas dan inovasi dalam penciptaannya (Didip Diandra, 2019).

Masuknya pendatang baru ke pasar, baik oleh perusahaan baru atau perusahaan lama, hampir selalu mengancam pesaing yang sudah ada. Hal ini benar karena, kecuali di pasar-pasar yang masih sangat baru, hampir setiap kebutuhan pasar telah dipenuhi, baik secara langsung maupun tidak langsung, oleh perusahaan-perusahaan yang sudah ada. Akibatnya, tindakan kompetitif pendatang baru kemungkinan besar akan memancing respon kompetitif dari perusahaan yang merasa terancam (Gregory G. Dess et al., 2019).

Melalui pemahaman yang mendalam tentang strategi pengembangan kewirausahaan dan dinamika kompetitif, diharapkan dapat ditemukan metode yang efektif untuk memotivasi individu dan organisasi dalam menciptakan peluang bisnis baru serta meningkatkan daya saing di pasar. Dengan demikian, artikel ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang berharga bagi para praktisi, akademisi, dan pembuat kebijakan dalam mengembangkan lingkungan yang mendukung pertumbuhan kewirausahaan dan inovasi.

## **KAJIAN TEORITIS**

Semua yang berkaitan dengan wirausaha disebut kewirausahaan. Karena wira berarti keberanian, dan usaha berarti kegiatan bisnis, kewirausahaan juga dapat diartikan

sebagai keberanian seseorang untuk melakukan bisnis. Kewirausahaan adalah proses melakukan sesuatu yang baru, kreatif, dan berbeda yang menghasilkan nilai tambahan. Enterpenuer, istilah Inggris untuk wirausaha, pertama kali digunakan oleh ekonom Prancis Richard Cantillon. Menurutnya, entrepreneur adalah “agent who buys means of production at certain prices in order to combine them”. Tidak lama kemudian, Jean Baptista Say, seorang ekonom Perancis lainnya, menambahkan definisi Cantillon dengan gagasan entrepreneur sebagai pemimpin. (Rahim, A. R., & Basir, B. (2019).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan studi literatur atau studi kepustakaan. Jenis penelitian ini dapat dilakukan dengan mengumpulkan referensi dari beberapa penelitian sebelumnya dan kemudian memanfaatkannya untuk mencapai hasil yang diinginkan (Mardalis, 1999). Untuk menciptakan inovasi, Strategi Pengembangan Kewirausahaan dan Dinamika Kompetitif. Prosedur penelitian ini dilakukan sebagai berikut: (Kulthau, C. C. 2002) : 1. Pilih tema 2. Explorasi informasi 3. Penentuan arah penelitian 4. Mengumpulkan sumber data 5. Penyajian data 6. Menyusun laporan

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pengembangan kewirausahaan**

Pengembangan kewirausahaan menjadi hal yang krusial dalam membangun ekonomi yang dinamis dan berkelanjutan di berbagai belahan dunia. Hal ini melibatkan upaya untuk merangsang dan mendukung pertumbuhan para wirausahawan serta memfasilitasi ekosistem bisnis yang kondusif bagi inovasi dan kreativitas. Salah satu aspek utama dalam pengembangan kewirausahaan adalah memberikan akses yang lebih luas terhadap pendidikan dan pelatihan kewirausahaan. Melalui program-program ini, individu dapat memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan pemahaman yang dibutuhkan untuk memulai dan mengelola bisnis mereka dengan efektif.

Selain itu, pengembangan kewirausahaan juga memerlukan dukungan yang kuat dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga pendanaan, dan komunitas bisnis. Pemerintah dapat berperan dalam menciptakan kebijakan yang mendukung kewirausahaan, seperti penyediaan insentif pajak untuk para wirausahawan, penyederhanaan proses regulasi bisnis, dan investasi dalam infrastruktur yang mendukung pertumbuhan bisnis. Lembaga pendanaan, seperti bank dan modal ventura,

juga memiliki peran penting dalam menyediakan modal dan sumber daya finansial bagi para pengusaha yang berpotensi. Sementara itu, komunitas bisnis dan organisasi non-profit dapat membentuk jaringan dan platform kolaboratif yang memungkinkan pertukaran pengetahuan, pengalaman, dan sumber daya antar wirausahawan.

Terakhir, penting untuk menciptakan lingkungan yang mempromosikan budaya kewirausahaan dan inovasi. Ini melibatkan perubahan dalam sikap masyarakat terhadap risiko dan kegagalan, serta pengakuan atas peran penting yang dimainkan oleh wirausahawan dalam menciptakan nilai tambah bagi masyarakat. Melalui pendidikan, media, dan kampanye publik, budaya kewirausahaan dapat ditanamkan dan diperkuat, mendorong lebih banyak individu untuk mengejar visi dan ambisi mereka dalam membangun bisnis yang berhasil dan berkelanjutan. Dengan demikian, pengembangan kewirausahaan bukan hanya tentang menciptakan lebih banyak wirausahawan, tetapi juga tentang menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan dan kesuksesan bisnis di seluruh spektrum ekonomi.

Banyak industri telah melihat inovasi radikal sebagai komponen penting dari persaingan. Meskipun investasi dalam penelitian dan pengembangan penting untuk keberhasilan jangka panjang, hasilnya tidak pasti dan seringkali tidak tercapai dalam jangka pendek. Oleh karena itu, perusahaan harus sabar untuk mempelajari berbagai manfaat dari investasi ini. Perusahaan selalu melakukan inovasi dan menggunakan lembaganya untuk mengembangkan penelitian dan pengembangan unit. Di banyak industri, pertempuran untuk pasar dimulai di laboratorium R&D. Untuk memperoleh dan mempertahankan keunggulan kompetitif dalam beberapa industri, penelitian dan pengembangan mungkin menjadi komponen yang paling penting (Kleysen R.F. & Street, C.T. 2001).

Laboratorium yang lebih besar, mendirikan perusahaan menggunakan penelitian dan pengembangan untuk menciptakan teknologi dan produk baru. Inovasi inkremental yaitu perusahaan membangun basis pengetahuan yang ada dan memberikan perbaikan kecil dalam lini produk saat ini (Jukka Ojasalo, 2008). Sedangkan inovasi radikal biasanya memberikan kesimpulan yang signifikan dan menciptakan ilmu pengetahuan yang baru. Dalam meningkatkan sebuah proses inovasi sangat penting dalam pengembangan inovasi inkremental. Sebaliknya, ketika ingin mengembangkan proses baru itu merupakan sebuah bagian penting dari dalam suatu kegiatan menghasilkan inovasi yang radikal.

Kedua jenis inovasi dapat menciptakan nilai, yang berarti bahwa perusahaan harus menentukan kapan saat yang tepat untuk menekankan inovasi baik inkremental atau radikal. Kreativitas tidak menciptakan sesuatu dari ketiadaan, tetapi kreativitas menemukan, menggabungkan, atau mensintesis pengetahuan yang telah ada dari tempat yang berbeda (Jeroen P.J. dkk 2012). Pengembangan produk baru dan jasa baru sering menggunakan pengetahuan ini. Ini biasanya digunakan oleh tingkat kewirausahaan ketika mereka ingin mengubah dan memasuki pasar baru, mendapatkan pelanggan baru, dan mendapatkan sumber daya baru. Menurut Jukka (2008), usaha internal perusahaan adalah sekumpulan tindakan yang akan digunakan untuk menghasilkan penemuan dan inovasi tertentu. Keberhasilan usaha internal perusahaan terkait dengan pengeluaran penelitian dan pengembangan. Sederhananya, perusahaan tidak dapat berinovasi atau menciptakan tanpa investasi dalam R&D.

### **Strategi kewirausahaan**

Wirausaha dapat berperan sebagai individu independen atau sebagai bagian dari suatu organisasi dalam menciptakan usaha baru atau mengembangkan inovasi dari gagasan mereka sendiri, serta bersedia mengambil risiko untuk memasuki pasar. Pengusaha tidak terbatas pada satu tingkatan dalam organisasi; mereka bisa terdiri dari manajer tingkat atas, manajer tingkat pertama dan menengah, staf, serta anggota lain dari perusahaan. Mereka yang memiliki peran di perusahaan juga dapat mengadopsi sikap dan perilaku kewirausahaan. Membangun budaya atau pola pikir wirausaha di perusahaan adalah tanggung jawab manajer tingkat atas, yang harus memberikan peluang bagi semua individu dan kelompok untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan perusahaan. Kompetensi kewirausahaan sangat penting untuk mendukung pengembangan dan penerapan pemikiran kewirausahaan dalam konteks organisasional (Ramadlani, 2023).

Kewirausahaan merupakan suatu perjalanan yang penuh tantangan dan peluang bagi para pelaku bisnis. Salah satu kunci utama untuk mencapai kesuksesan dalam kewirausahaan adalah dengan merancang strategi yang tepat. Strategi kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan perencanaan bisnis, tetapi juga melibatkan inovasi, adaptasi, dan keberanian untuk menghadapi risiko. Pertama, dalam merancang strategi kewirausahaan, penting untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang pasar dan pelanggan. Analisis pasar yang cermat akan membantu para wirausahawan mengidentifikasi kesempatan yang ada dan memahami kebutuhan serta preferensi pelanggan potensial.

Kreativitas dan inovasi juga menjadi elemen penting dalam strategi kewirausahaan. Para pengusaha perlu berpikir di luar kotak untuk menciptakan produk atau layanan yang unik dan memenuhi kebutuhan pasar dengan cara yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Inovasi bisa melibatkan pengembangan teknologi baru, penggunaan bahan baku yang ramah lingkungan, atau bahkan pendekatan baru dalam pemasaran dan distribusi produk. Dengan mempertahankan daya saing dan relevansi di pasar yang terus berubah, kreativitas dan inovasi menjadi pondasi yang kuat dalam mencapai kesuksesan dalam kewirausahaan (Noviani, L., & Wahida, A. 2022).

Selain itu, strategi kewirausahaan juga harus fleksibel dan mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis. Pasar selalu berfluktuasi, dan para pengusaha perlu siap untuk mengubah strategi mereka sesuai dengan perubahan tersebut. Kehadiran teknologi digital, dinamika ekonomi global, dan tren konsumen yang berkembang dengan cepat adalah beberapa faktor yang mempengaruhi perubahan dalam lingkungan bisnis. Dengan mengadopsi sikap yang adaptif dan responsif terhadap perubahan, para wirausahawan dapat memanfaatkan peluang baru dan menjaga bisnis mereka tetap relevan dan berkelanjutan dalam jangka panjang. Dalam kesimpulannya, strategi kewirausahaan merupakan inti dari kesuksesan dalam bisnis. Dengan memahami pasar, berinovasi, dan fleksibel dalam menghadapi perubahan, para pengusaha dapat membimbing bisnis mereka menuju kesuksesan yang berkelanjutan dan berdaya saing di pasar yang semakin kompleks.

### **Dinamika Kompetitif Kewirausahaan**

Masuknya pendatang baru ke pasar, baik oleh perusahaan baru atau perusahaan lama, hampir selalu mengancam pesaing yang sudah ada. Hal ini benar karena, kecuali di pasar-pasar yang masih sangat baru, hampir setiap kebutuhan pasar telah dipenuhi, baik secara langsung maupun tidak langsung, oleh perusahaan-perusahaan yang sudah ada. Akibatnya, tindakan kompetitif pendatang baru kemungkinan besar akan memancing respon kompetitif dari perusahaan yang merasa terancam. Hal ini, pada gilirannya, kemungkinan besar akan menimbulkan reaksi terhadap. Dinamika persaingan yang intens di antara pesaing serup berpotensi mengubah strategi perusahaan. Pendatang baru mungkin terpaksa mengubah strategi mereka atau mengembangkan strategi baru untuk bertahan menghadapi tantangan kompetitif dari pesaing lama. Pendatang baru adalah salah satu alasan paling umum mengapa siklus aksi dan reaksi kompetitif dimulai. Hal ini mungkin juga terjadi karena tindakan yang mengancam di antara para pesaing yang ada,

seperti pemotongan biaya yang agresif. Faktor-faktor yang perlu yang dipertimbangkan oleh pesaing ketika menentukan cara merespon tindakan persaingan (Dess et al., 2019) :

#### 1. Tindakan Kompetitif Baru

Masuknya pesaing baru ke dalam pasar merupakan titik awal yang baik untuk mulai menggambarkan siklus tindakan dan respons yang merupakan karakteristik dari proses dinamis kompetitif. Namun, pendatang baru hanyalah salah satu jenis tindakan kompetitif. Pemotongan harga, meniru produk yang sukses, atau memperluas kapasitas produksi adalah contoh lain dari tindakan persaingan yang mungkin memicu pesaing untuk bereaksi.

#### 2. Ancaman Analisis

Perusahaan harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang siapa pesaing terdekat mereka dan jenis tindakan kompetitif yang mungkin mereka rencanakan. Hal ini mungkin memerlukan pemindaian dan pemantauan lingkungan. Kesadaran akan ancaman yang ditimbulkan oleh pesaing industri memungkinkan perusahaan untuk memahami jenis respons kompetitif apa, jika ada, yang mungkin diperlukan. Mewaspada pesaing dan menyadari ancaman apa pun yang mungkin mereka timbulkan adalah langkah pertama dalam menilai tingkat ancaman persaingan. Ketika tindakan kompetitif baru mulai terlihat, perusahaan harus menentukan seberapa besar ancamannya terhadap bisnis mereka. Dinamika persaingan mungkin paling intens terjadi di antara perusahaan-perusahaan yang bersaing untuk mendapatkan pelanggan yang sama atau yang memiliki sumber daya yang sangat mirip. Dua faktor yang digunakan untuk menilai apakah perusahaan merupakan pesaing dekat atau tidak yaitu kesamaan pasar dan kesamaan sumber daya

#### 3. Motivasi dan Kemampuan Merespon

Setelah diserang, pesaing dihadapkan pada keputusan bagaimana merespons. Namun, sebelum mengambil keputusan, mereka perlu mengevaluasi tidak hanya bagaimana mereka akan merespons, namun juga alasan mereka merespons dan kemampuan mereka untuk merespons. Perusahaan harus jelas mengenai permasalahan apa yang diharapkan dapat diatasi oleh respons kompetitif dan jenis permasalahan apa yang mungkin timbul

#### 4. Jenis Tindakan Kompetitif

Ketika suatu organisasi menentukan apakah ia bersedia dan mampu meluncurkan suatu tindakan kompetitif, maka organisasi tersebut harus menentukan jenis

tindakan apa yang sesuai. Tindakan yang diambil akan ditentukan oleh kemampuan sumber daya dan motivasinya untuk merespons. Dua jenis tindakan kompetitif yang didefinisikan secara luas mencakup dan tindakan taktis mencakup penyempurnaan atau perluasan strategi dan tindakan strategis mewakili komitmen besar atas sumber daya yang khas dan spesifik

#### 5. Reaksi Kompetitif

Langkah terakhir sebelum memulai respons kompetitif adalah mengevaluasi reaksi pesaing yang mungkin terjadi. Logika dinamika persaingan menunjukkan bahwa ketika tindakan kompetitif dimulai, kemungkinan besar tindakan tersebut akan ditanggapi dengan respons kompetitif. Langkah terakhir sebelum melakukan serangan adalah mengevaluasi bagaimana pesaing akan merespons. Mengevaluasi potensi reaksi persaingan membantu perusahaan merencanakan serangan balik di masa depan

### **Inovasi Kewirausahaan**

Peter Drucker menyatakan bahwa inovasi merupakan aspek khusus dari kewirausahaan, yang berlaku baik dalam konteks bisnis yang sudah mapan, lembaga pelayanan publik, maupun dalam usaha-usaha baru yang digagas oleh individu tunggal. Lebih lanjut, Drucker menjelaskan bahwa inovasi merupakan cara bagi para pengusaha untuk menciptakan sumber daya baru guna meningkatkan kekayaan dengan memperluas potensi penciptaan nilai. Kewirausahaan dan inovasi yang dihasilkan olehnya memiliki peran sentral dalam aktivitas ekonomi, memperkuat pertumbuhan, meningkatkan produktivitas, dan memfasilitasi terciptanya kegiatan yang produktif. Ini menegaskan bahwa kewirausahaan dan inovasi bukan hanya penting bagi perusahaan besar dan kecil, tetapi juga bagi bisnis-bisnis start-up serta bagi kemajuan keseluruhan perekonomian. Inovasi adalah hasil kunci utama untuk menciptakan sebuah citra yang baik bagi perusahaan (Ana Fitriyatul, 2019).

Hal ini merupakan suatu hal yang dicari melalui kewirausahaan dan sering menjadi sumber kesuksesan kompetitif, terutama di lingkungan yang sangat kompetitif. Inovasi adalah elemen yang sangat dicari melalui praktek kewirausahaan, seringkali menjadi sumber kesuksesan kompetitif, terutama di lingkungan bisnis yang sangat bersaing. Keberhasilan perusahaan yang unggul sering kali ditopang oleh kemampuan untuk berinovasi. Inovasi menjadi kunci penting bagi perusahaan yang ingin mempertahankan atau bahkan mencapai keunggulan kompetitif, terutama dalam pasar

global yang dinamis. Kemampuan untuk berinovasi dapat menjadi penentu keberlangsungan suatu usaha dalam menghadapi persaingan yang ketat di dunia bisnis, terutama ketika mengadopsi strategi bertahan yang efektif. Menurut pandangan Schumpeter, perusahaan terlibat dalam tiga jenis kegiatan inovatif. Pertama adalah penemuan, yang melibatkan penciptaan atau pengembangan produk atau proses baru. Kedua adalah inovasi, yang merupakan proses mengkomersialisasikan produk dari suatu penemuan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pentingnya strategi pengembangan kewirausahaan dalam konteks dinamika kompetitif untuk menciptakan inovasi yang berkelanjutan. Pertama, hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan yang proaktif terhadap pengembangan kewirausahaan menjadi kunci dalam menghadapi tantangan persaingan di pasar yang berubah dengan cepat. Melalui peningkatan kapasitas inovatif dan kreatifitas dalam organisasi, perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Dengan memperhatikan tren industri, pergeseran pasar, dan perilaku pesaing, perusahaan dapat merancang strategi kewirausahaan yang tepat waktu dan relevan. Kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan dalam lingkungan bisnis menjadi esensial untuk menciptakan inovasi yang dapat membedakan perusahaan dari pesaingnya.

Melalui kolaborasi antara berbagai departemen dalam organisasi, serta kemitraan dengan pemangku kepentingan eksternal, perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya dan meningkatkan kapabilitas inovatifnya. Dengan demikian, strategi ini tidak hanya menciptakan inovasi yang relevan dengan pasar, tetapi juga memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan bisnis yang intensif

## **DAFTAR REFERENSI**

- Bilgies, Ana Fitriyatul. (2017). Keunggulan kompetitif yang dalam menciptakan inovasi untuk kewirausahaan strategis. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2), 321–344.
- Dess, Gregory G., Gerry McNamara, Alan B. Eisner, & Seung-Hyun Lee. (2019). *Strategic management: Texts and cases*. McGraw Hill.

- Diandra, Didip. (2019). Program pengembangan kewirausahaan untuk menciptakan pelaku usaha sosial yang kompetitif. *Jurnal Administrasi Publik*, 10(1), 1340–1347. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/1424>.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice of innovation*. HarperCollins Publishers, Inc.
- Jeroen P.J. et al. (2012). Patterns of innovating networking in small firms. *European Journal of Innovation Management*, 15(3), 280–297.
- Kleysen, R. F., & Street, C. T. (2001). Toward a multi-dimensional measure of individual innovative behavior. *Journal of Intellectual Capital*, 2(3), 1469-1930.
- Kulthau, C. C. (2002). *Teaching the library research*. Scarecrow Press Inc.
- Lewis, K. M. Schaper, T. Volery, & P. Weber. (2011). *Entrepreneurship and small business*. John Wiley & Sons Australia Ltd.
- Mardalis. (1999). *Metode penelitian: Suatu pendekatan proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Noviani, L., & Wahida, A. (2022). Pembelajaran kewirausahaan di SMA selama pandemi COVID-19. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*.
- Ojasalo, Jukka. (2008). Management of innovation networks: A case study of different approaches. *European Journal of Innovation Management*, 11(1), 51-86.
- Rahim, A. R., & Basir, B. (2019). Peran kewirausahaan dalam membangun ketahanan ekonomi bangsa. *Jurnal Economic Resource*, 2(1), 34-39.
- Ramadlani, A. S., Fajri, N., & ... (2023). Studi literatur: Strategi kewirausahaan dalam upaya mengembangkan usaha masyarakat. *Comm-Edu ...*
- Sabarguna, B. S. (2005). *Analisis data pada penelitian kualitatif*. Jakarta: UI Press.