

Strategi bisnis start up menjaga stabilitas bisnis start up melalui manajemen risiko yang efektif

Khairul Ibad

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: bornetoarul@gmail.com

Kata Kunci:

Strategi bisnis, stabilitas bisnis, manajemen risiko, keberlanjutan usaha, efektif

Keywords:

Business strategy, business stability, risk management, business sustainability, efective

ABSTRAK

Startup merupakan jenis usaha yang rentan terhadap dinamika pasar dan risiko bisnis yang tinggi. Untuk memastikan keberlanjutan dan kestabilan operasional, diperlukan pendekatan strategis yang mencakup penerapan manajemen risiko secara menyeluruh. Melalui proses identifikasi dan penanganan risiko secara sistematis, startup dapat meminimalkan dampak negatif dari berbagai ketidakpastian yang muncul, seperti fluktuasi pasar, perubahan kebijakan, dan tantangan operasional lainnya. Tulisan ini mengulas bagaimana integrasi antara strategi bisnis dan manajemen risiko dapat memberikan nilai tambah dalam menjaga stabilitas usaha. Dengan cara ini, startup tidak hanya

mampu bertahan, tetapi juga membangun fondasi yang kuat untuk tumbuh secara berkelanjutan dan kompetitif di pasar.

ABSTRACT

Startups are a type of business that is vulnerable to market dynamics and high business risks. To ensure operational continuity and stability, a strategic approach is needed that includes the implementation of comprehensive risk management. Through a systematic process of identifying and handling risks, startups can minimize the negative impacts of various disruptions that arise, such as markets, policy changes, and other operational obstacles. This paper reviews how the integration of business strategy and risk management can provide added value in maintaining business stability. In this way, startups are not only able to survive, but also build a strong foundation to grow sustainably and competitively in the market.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan inovasi digital telah mendorong munculnya berbagai perusahaan rintisan atau startup di berbagai sektor industri. Startup sering kali diidentikkan dengan semangat kewirausahaan yang tinggi, model bisnis yang disruptif, serta fleksibilitas dalam beradaptasi terhadap perubahan pasar (Wadud et al., 2024). Namun, di balik potensi pertumbuhannya yang besar, startup juga menghadapi risiko yang tidak sedikit. Ketidakpastian pasar, keterbatasan dana, kurangnya pengalaman manajerial, serta ketergantungan pada teknologi menjadikan startup sangat rentan terhadap kegagalan. Berdasarkan berbagai studi, tingkat kegagalan startup dalam beberapa tahun pertama operasionalnya terbilang tinggi, yang sebagian besar disebabkan oleh lemahnya perencanaan strategi dan ketidaksiapan menghadapi risiko. Dengan memanfaatkan teknologi digital, startup mampu menciptakan model bisnis yang lebih fleksibel, efisien, dan skalabel. Selain itu, dukungan dari ekosistem seperti



This is an open access article under the CC BY-NC-SA license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

inkubator bisnis, investor, dan pemerintah juga memperkuat peran startup dalam mendorong inovasi dan pertumbuhan ekonomi.

Dalam lingkungan usaha yang terus berubah, stabilitas bisnis menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan kelangsungan dan pertumbuhan suatu perusahaan. Stabilitas bisnis merujuk pada kemampuan sebuah organisasi untuk mempertahankan operasional, keuangan, serta posisi pasar secara konsisten meskipun dihadapkan pada berbagai tekanan internal maupun eksternal. Hal ini mencakup kemampuan untuk menghadapi fluktuasi ekonomi, perubahan kebijakan, hingga dinamika persaingan.

Perusahaan yang stabil biasanya memiliki sistem manajemen yang baik, struktur keuangan yang sehat, dan strategi adaptif terhadap perubahan lingkungan. Stabilitas ini memungkinkan perusahaan tetap fokus pada pencapaian tujuan jangka panjang tanpa terganggu oleh gangguan jangka pendek yang bersifat sementara. Selain itu, stabilitas juga menciptakan kepercayaan dari berbagai pihak, seperti investor, pelanggan, dan mitra usaha, yang sangat penting untuk kelangsungan bisnis.

Dalam konteks tersebut, strategi bisnis yang dirancang secara matang dan disertai dengan penerapan manajemen risiko menjadi faktor kunci dalam menjaga keberlangsungan dan stabilitas operasional startup. Manajemen risiko tidak hanya sekadar proses identifikasi ancaman, tetapi juga mencakup perencanaan strategis untuk memitigasi dampak risiko serta menyesuaikan diri terhadap berbagai dinamika eksternal. Pendekatan ini memungkinkan startup untuk mengambil keputusan yang lebih terukur, serta meminimalkan kemungkinan kerugian yang dapat mengganggu keberlangsungan bisnis (Mohamad et al., n.d.).

Di era globalisasi dan digitalisasi saat ini, kompleksitas risiko yang dihadapi oleh pelaku usaha semakin meningkat. Perubahan regulasi, gangguan teknologi, serta ancaman keamanan data menjadi tantangan baru yang harus dikelola dengan pendekatan modern dan adaptif. Oleh karena itu, manajemen risiko tidak lagi dipandang sebagai fungsi pendukung, tetapi menjadi bagian penting dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan. Kesadaran akan pentingnya manajemen risiko mendorong banyak organisasi untuk berinvestasi dalam sistem pengawasan dan kebijakan mitigasi yang terintegrasi. Dengan begitu, perusahaan tidak hanya mampu bertahan di tengah ketidakpastian, tetapi juga dapat menciptakan nilai tambah melalui pengelolaan risiko yang proaktif dan berkelanjutan. Penerapan manajemen risiko yang efektif harus menjadi bagian integral dari strategi bisnis startup, terutama dalam menghadapi era yang penuh disruptif seperti saat ini. Dalam praktiknya, hal ini mencakup analisis risiko pasar, risiko keuangan, risiko teknologi, hingga risiko operasional. Dengan memahami potensi ancaman secara komprehensif, startup dapat menyusun rencana kontinjensi dan kebijakan adaptif yang mendukung stabilitas bisnis jangka panjang (Nur & Malang, 2024).

Pembahasan

Startup merupakan bentuk usaha yang memiliki karakteristik unik dibandingkan perusahaan konvensional. Sebagian besar startup beroperasi dalam kondisi ketidakpastian tinggi, dengan model bisnis yang belum sepenuhnya terbukti serta

sumber daya yang terbatas (Tazkiyyaturrohma, 2020). Kondisi ini menjadikan startup rentan terhadap berbagai ancaman, mulai dari ketidaksesuaian produk dengan pasar (product-market fit), kurangnya pendanaan, hingga kegagalan dalam manajemen internal. Banyak startup yang tidak mampu bertahan dalam tiga tahun pertama karena kurangnya perencanaan strategis serta minimnya kesiapan dalam menghadapi risiko.

Pengertian strategi bisnis startup

Strategi bisnis startup merupakan serangkaian rencana dan langkah terarah yang dirancang oleh perusahaan rintisan untuk mencapai tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Strategi ini mencakup cara startup memposisikan diri di pasar, merespons kebutuhan konsumen, serta mengelola sumber daya secara efektif agar mampu bertumbuh dan bertahan dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan penuh ketidakpastian. Tidak seperti perusahaan mapan, startup harus mengembangkan strategi yang lebih fleksibel dan inovatif karena beroperasi dalam tahap awal, sering kali dengan model bisnis yang masih bereksperimen dan risiko kegagalan yang tinggi. Oleh karena itu, strategi bisnis bagi startup tidak hanya berfokus pada ekspansi, tetapi juga pada validasi ide, penyesuaian terhadap umpan balik pasar, serta penguatan daya saing di tengah keterbatasan yang dimiliki (Palgunadi, 2023).

Karakteristik Bisnis Startup

Startup merupakan bentuk usaha yang biasanya berada pada tahap awal pengembangan dan memiliki model bisnis yang belum sepenuhnya stabil atau terbukti. Berbeda dengan perusahaan konvensional yang cenderung bergerak secara lebih terstruktur dan matang, startup lebih bersifat eksperimental dan sering kali beroperasi dalam ketidakpastian yang tinggi (Wahyuni, 2020). Karakter utama dari bisnis startup adalah orientasinya pada inovasi, baik dalam produk, layanan, maupun model bisnis. Mereka berusaha menciptakan solusi baru yang belum pernah ada sebelumnya atau menawarkan pendekatan yang lebih efisien dari yang sudah ada di pasar.

Salah satu ciri khas lain dari startup adalah tingkat pertumbuhan yang cepat (*rapid growth*). Meski skalanya kecil di awal, startup dirancang untuk berkembang dalam waktu singkat, baik dari segi jumlah pengguna, jangkauan pasar, maupun pendapatan. Hal ini mendorong startup untuk terus melakukan iterasi, validasi ide, serta menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar secara cepat dan dinamis. Kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan menjadi salah satu kekuatan utama dalam lingkungan bisnis yang kompetitif (Nurjannah, n.d.).

Dari sisi struktur organisasi, startup umumnya memiliki tim yang kecil, fleksibel, dan kolaboratif. Pengambilan keputusan sering kali dilakukan secara cepat, tanpa birokrasi yang kompleks. Budaya kerja yang terbuka dan mendorong kreativitas menjadi bagian penting dalam proses inovasi yang dilakukan oleh startup. Namun, kondisi ini juga membawa tantangan tersendiri, terutama dalam hal kestabilan internal, kepemimpinan, dan pengelolaan sumber daya manusia (Safira, 2024).

Peran Strategi Bisnis dalam Stabilitas Startup

Dalam ekosistem bisnis yang kompetitif dan terus berubah, startup memerlukan strategi bisnis yang jelas dan terarah untuk dapat bertahan dan tumbuh. Strategi bisnis

tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan bagi perusahaan, tetapi juga menjadi alat penting untuk mengarahkan setiap langkah yang diambil dalam menghadapi ketidakpastian pasar (Zebua et al., 2023). Bagi startup, strategi yang efektif mampu menjembatani antara visi jangka panjang dan pelaksanaan operasional sehari-hari, sehingga menciptakan kestabilan di tengah dinamika usaha yang tinggi.

Startup sering kali beroperasi dengan sumber daya yang terbatas, baik dari segi finansial, tenaga kerja, maupun infrastruktur. Dalam kondisi ini, strategi bisnis berperan penting dalam menentukan prioritas, mengalokasikan sumber daya secara efisien, dan meminimalkan pemborosan. Strategi yang tepat juga membantu startup untuk fokus pada segmen pasar yang paling potensial, sehingga dapat membangun keunggulan kompetitif sejak awal. Tanpa strategi yang kuat, startup berisiko kehilangan arah dan mengalami disorientasi dalam pengambilan keputusan (Solehudin et al., 2024).

Selain itu, strategi bisnis yang dirancang dengan baik mampu meningkatkan daya tahan startup terhadap tekanan eksternal, seperti perubahan perilaku konsumen, persaingan pasar, atau fluktuasi ekonomi. Strategi ini juga mencakup penilaian terhadap ancaman yang mungkin timbul dan langkah-langkah adaptif untuk menghadapinya. Dengan begitu, startup dapat mengantisipasi tantangan lebih awal dan melakukan penyesuaian yang diperlukan tanpa harus mengalami gangguan besar dalam operasionalnya. Strategi bisnis juga menjadi dasar dalam menjalin hubungan dengan investor, mitra usaha, dan pemangku kepentingan lainnya (Noor, 2021). Sebuah strategi yang solid menunjukkan bahwa startup memiliki arah yang jelas dan mampu mengelola risiko dengan baik. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan dari pihak luar dan membuka peluang pendanaan serta kolaborasi yang lebih luas.

Pentingnya Strategi Bisnis yang Adaptif

Strategi bisnis yang adaptif menjadi keharusan agar perusahaan dapat terus bertahan dan bersaing. Adaptivitas dalam strategi berarti perusahaan mampu menyesuaikan arah dan pendekatannya terhadap kondisi pasar, perubahan teknologi, serta kebutuhan konsumen yang terus berkembang. Startup, pada umumnya, berada dalam tahap eksplorasi model bisnis yang masih belum stabil. Dalam proses pertumbuhan tersebut, mereka kerap dihadapkan pada situasi yang menuntut perubahan cepat, seperti pergeseran tren industri, gangguan dari kompetitor baru, atau bahkan kondisi ekonomi yang tidak terduga (Putra, 2022). Oleh karena itu, strategi yang adaptif memungkinkan startup untuk tidak hanya bereaksi terhadap perubahan, tetapi juga untuk bertindak proaktif dalam memanfaatkannya sebagai peluang.

Strategi bisnis yang adaptif juga mendorong startup untuk terus melakukan validasi terhadap asumsi bisnis mereka. Hal ini mencakup pengujian produk secara berkala, menerima umpan balik pelanggan secara aktif, serta melakukan penyesuaian strategi pemasaran dan operasional jika diperlukan. Dengan pola pikir yang terbuka terhadap perubahan, startup dapat menghindari risiko kegagalan karena bertahan pada pendekatan yang tidak lagi relevan. Strategi yang fleksibel membantu startup dalam mengelola risiko. Ketika suatu rencana tidak berjalan sesuai harapan, pendekatan yang adaptif memberi ruang bagi tim untuk beralih ke alternatif strategi tanpa menunggu

krisis yang lebih besar. Ini menjadikan perusahaan lebih tangguh dalam menghadapi tekanan dan lebih cepat pulih saat terjadi gangguan(Hartatik et al., 2023).

Penerapan Manajemen Risiko dalam Kegiatan Operasional Startup

Manajemen risiko dalam konteks operasional startup mencakup proses sistematis dalam mengenali, menilai, dan mengendalikan berbagai risiko yang dapat memengaruhi jalannya aktivitas usaha. Berbeda dengan perusahaan besar yang biasanya sudah memiliki sistem pengelolaan risiko yang mapan, banyak startup masih mengabaikan aspek ini karena keterbatasan sumber daya atau kurangnya pemahaman. Padahal, kegagalan dalam mengelola risiko dapat berujung pada kerugian besar bahkan kebangkrutan, terutama pada fase awal pertumbuhan (Fauziah et al., 2024).

Penerapan manajemen risiko yang efektif dalam kegiatan operasional startup dapat memberikan banyak manfaat. Selain meminimalisir kerugian, manajemen risiko juga dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat pengambilan keputusan, dan menciptakan rasa aman di antara pemangku kepentingan internal maupun eksternal (Asep Deni, 2024). Proses ini melibatkan evaluasi risiko-risiko utama yang berkaitan dengan keuangan, operasional, sumber daya manusia, hukum, serta teknologi informasi. Dengan tingkat ketidakpastian yang tinggi dalam dunia startup, pendekatan manajemen risiko tidak bisa lagi dianggap sebagai pilihan, melainkan sebagai bagian penting dari strategi operasional. Memasukkan manajemen risiko dalam setiap tahapan kegiatan usaha membantu menciptakan sistem yang lebih tangguh dan siap menghadapi tantangan, sekaligus meningkatkan peluang sukses jangka panjang(Syadali, 2023).

Manfaat Strategi dan Manajemen Risiko terhadap Stabilitas Bisnis

Salah satu manfaat utama dari strategi bisnis yang terstruktur adalah kemampuan perusahaan dalam mengambil keputusan dengan dasar yang kuat. Strategi yang dirancang secara menyeluruh mencakup perencanaan jangka pendek dan jangka panjang, pengelolaan sumber daya, serta identifikasi peluang dan tantangan yang mungkin dihadapi. Dengan demikian, perusahaan dapat bergerak lebih terarah, menghindari pengambilan keputusan yang impulsif, dan mengoptimalkan potensi pertumbuhan secara konsisten (Mas' ut et al., 2023).

Sementara itu, manajemen risiko berkontribusi terhadap kestabilan bisnis melalui proses identifikasi, analisis, serta pengendalian berbagai kemungkinan ancaman yang bisa memengaruhi operasional. Dengan mengenali risiko sejak dini—baik yang bersifat finansial, operasional, hukum, maupun teknologi—perusahaan dapat menyiapkan langkah mitigasi yang sesuai. Hal ini memungkinkan bisnis untuk menghindari gangguan besar atau setidaknya meminimalisasi dampaknya(Wahyu & Budianto, 2022). Integrasi antara strategi dan manajemen risiko juga dapat meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan, seperti investor, mitra kerja, dan konsumen. Perusahaan yang memiliki perencanaan matang serta kesiapan menghadapi risiko dinilai lebih stabil dan dapat diandalkan. Hal ini menjadi nilai tambah dalam membangun reputasi dan daya saing di pasar (Khairuddin, 2024).

Dampak Positif Strategi dan Manajemen Risiko terhadap Keberlanjutan Startup

Keberlanjutan usaha menjadi tujuan utama bagi setiap startup yang ingin berkembang dan bertahan dalam jangka panjang. Dalam mencapai hal tersebut, dua elemen yang sangat menentukan adalah strategi bisnis yang terarah serta penerapan manajemen risiko yang efektif. Keduanya berperan sebagai pilar penting dalam membangun struktur bisnis yang tidak hanya kompetitif, tetapi juga tangguh dalam menghadapi tantangan dan perubahan pasar (Nursanti et al., 2024).

Strategi bisnis memberikan kerangka kerja bagi startup untuk menetapkan tujuan, menyusun langkah-langkah pencapaian, serta memetakan potensi peluang yang dapat dimanfaatkan. Dengan strategi yang jelas, sebuah startup mampu bergerak secara terorganisir, menghindari pemborosan sumber daya, dan beradaptasi terhadap kebutuhan pasar yang dinamis. Selain itu, strategi yang fleksibel mempermudah startup dalam melakukan penyesuaian arah usaha apabila kondisi eksternal berubah secara tiba-tiba (Yudhanto, 2024).

Di sisi lain, manajemen risiko memungkinkan startup untuk mengidentifikasi dan mengantisipasi ancaman yang bisa menghambat kelangsungan operasional. Risiko-risiko seperti ketidakpastian pendanaan, kesalahan teknologi, gangguan operasional, hingga risiko hukum dapat dipetakan dan diminimalkan melalui pendekatan sistematis. Dengan begitu, startup tidak hanya mampu mencegah kerugian besar, tetapi juga membangun kepercayaan dari pemangku kepentingan eksternal seperti investor, mitra bisnis, maupun pelanggan (Aiken et al., 2024). Kombinasi antara strategi bisnis yang kuat dan manajemen risiko yang terintegrasi memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan startup. Perusahaan akan lebih siap dalam merespons krisis, mengambil keputusan secara rasional, serta menjaga stabilitas dalam situasi sulit. Hal ini juga meningkatkan efisiensi internal dan memperkuat posisi kompetitif di pasar.

Kesimpulan dan Saran

Startup merupakan bentuk usaha yang memiliki dinamika dan risiko yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan konvensional. Karakteristik utamanya yang inovatif, berbasis teknologi, dan berorientasi pada pertumbuhan cepat membuat startup sangat bergantung pada strategi bisnis yang fleksibel serta penerapan manajemen risiko yang sistematis. Dalam lingkungan bisnis yang sarat ketidakpastian, strategi bisnis tidak hanya menjadi alat navigasi untuk mencapai tujuan perusahaan, tetapi juga berfungsi sebagai panduan dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan sumber daya secara efisien.

Penerapan strategi bisnis yang adaptif memungkinkan startup untuk terus berinovasi, menyesuaikan diri dengan perubahan pasar, dan tetap relevan di tengah persaingan yang ketat. Di sisi lain, manajemen risiko memberikan perlindungan terhadap potensi gangguan yang dapat mengancam kelangsungan usaha, baik dari aspek keuangan, teknologi, hukum, maupun operasional. Kedua pendekatan ini, jika diintegrasikan secara efektif, mampu menciptakan fondasi yang kuat bagi stabilitas dan keberlanjutan bisnis.

Dengan memiliki strategi yang terstruktur dan sistem manajemen risiko yang matang, startup dapat mengoptimalkan peluang yang ada, menghindari kesalahan fatal dalam pengambilan keputusan, serta meningkatkan kepercayaan dari investor dan pemangku kepentingan lainnya. Hal ini sangat penting dalam menciptakan lingkungan usaha yang tidak hanya siap tumbuh, tetapi juga mampu bertahan dalam jangka panjang.

Daftar Pustaka

- Aiken, C., Scorpiono, C. C., Reva, G. S., Juen, J. K., & Richnady, W. (2024). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pengembangan Startup Aplikasi Belajar Kanvas. *TECHBUS (Technology, Business and Entrepreneurship)*, 2(1), 46–64.
- Asep Deni, M. M. (2024). *Manajemen Risiko Pada Era Digital*. CV Rey Media Grafika.
- Fauziah, S., Nugroho, A., Widyawati, W., Sapiah, S., Hansopaheluwakan, S., Nuvriasari, A., Munizu, M., Khasanah, M., Widyastuti, E., & Fitria, N. (2024). *Dasar-dasar Kewirausahaan: Teori dan Panduan Berwirausaha*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hartatik, H., Rukmana, A. Y., Efitra, E., Mukhlis, I. R., Aksenta, A., Ratnaningrum, L. P. R. A., & Efdison, Z. (2023). *TREN TECHNOPRENEURSHIP: Strategi & Inovasi Pengembangan Bisnis Kekinian dengan Teknologi Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Khairuddin, A. (2024). MANAJEMEN RISIKO DAN PERANNYA DALAM KESUKSESAN BISNIS, MEMBANGUN KETAHANAN ORGANISASI DI TENGAH KETIDAKPASTIAN GLOBAL: PERSPEKTIF HADIS NABI. *Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 3(3), 687–710.
- Mas' ut, M. ut, Mustofa, M. S., Dianto, A. Y., & Udin, M. F. (2023). Model Manajemen Resiko pada Lembaga Keuangan Syariah. *Indonesian Journal of Humanities and Social Sciences*, 4(3), 725–740.
- Mohamad, R., Syariah, P., Mohamad, R., Rahim, E., Mix, M., & Mix, M. (n.d.). *STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DALAM*. 15–26.
- Noor, Z. Z. (2021). *Buku Referensi Strategi Pemasaran 5.0*. Deepublish.
- Nur, M., & Malang, I. (2024). PENERAPAN MANAJEMEN RISIKO PEMBIAYAAN PADA PERUSAHAAN FINTECH PEGADAIAN SYARI' AH. 01, 19–30. <https://doi.org/10.61181/j-mabes.v1i2.391>. <http://repository.uin-malang.ac.id/19786/>
- Nurjannah, D. (n.d.). Startup Hasil Inovatif Kewirausahaan. *Tranformasi Bisnis Digital*, 74.
- Nursanti, T. D., Haitamy, A. G., DN, D. A., Masdiantini, P. R., Waty, E., Boari, Y., & Judijanto, L. (2024). *ENTREPRENEURSHIP: Strategi Dan Panduan Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Yang Efektif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Palgunadi, N. (2023). Strategi pengembangan bisnis startup menggunakan SWOT analysis (Studi kasus pada startup yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Journal on Education*, 5(2), 1958–1964.
- Putra. (2022). Analisis Faktor Penerapan E-commerce Sebagai Rintisan Minat Berwirausaha: Studi Kasus Pada Mahasiswa Riset Pemasaran Universitas Buddhi Dharma. *National Conference on Applied Business, Education, & Technology (NCABET)*, 2(1), 185–191.
- Safira, R. R. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Internal Pada Perusahaan Startup Halo

- Jasa Dalam Membentuk Budaya Organisasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBis)*, 3(3), 211–220.
- Solehudin, M. M., Hanif Hasan, S. M., MM, P., Budi Santosa, S. P., Firman Yasa Utama, S. P., Imami Arum Tri Rahayu, S. P., Agus Suprapto, S. P., MP, I. P. M., Heppi Syofya, S. E., & Chaerul Sani, S. T. (2024). *Dasar kewirausahaan*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Syadali, M. R. (2023). *Enrichment : Journal of Management Risk management strategy for the problem of borrowing money for Islamic commercial banks*. 13(2). <http://repository.uin-malang.ac.id/16771/>
- Tazkiyyaturrohmah, R., & Islam, J. P. (2020). Tren Model Bisnis Kolaborasi Antar Perusahaan Startup Perspektif Bisnis Islam. 14(02), 381–401.
- Wadud, M., Rahman, F. R., Madura, U., & Hasan, S. (2024). *Kewirausahaan proses kreatifitas dan inovatif* (Issue December).
- Wahyu, E. K. A., & Budianto, H. (2022). *PEMETAAN PENELITIAN RISIKO REPUTASI PADA PERBANKAN SYARIAH DAN KONVENTSIONAL : STUDI BIBLIOMETRIK VOSVIEWER DAN LITERATURE REVIEW*. <http://repository.uin-malang.ac.id/15319/>
- Wahyuni, A. I. (2020). *Karakteristik Startup dan Peran Inkubator Bisnis di Indonesia*.
- Yudhanto, Y. (2024). *Information Technology Business Startup 2.0: Ilmu Dasar Merintis Startup Berbasis Teknologi Informasi untuk Pemula*. Elex Media komputindo.
- Zebua, R. S. Y., Hendriyani, C., Sukmadewi, R., Thaha, A. R., Tahir, R., Purbasari, R., Novel, N. J. A., Dewintari, P., Paramita, C. C. P., & Hierdawati, T. (2023). *BISNIS DIGITAL: Strategi Administrasi Bisnis Digital Untuk Menghadapi Masa Depan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.