

Inovasi Dalam Bisnis: Peran Kreativitas dan Pola Pikir Wirausaha

Ali Sadikin¹

Manajemen Fakultas Ekonomi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Aprin Palembang¹

Email : alisadikinsarbi67@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mencapai keunggulan yang kompetitif dan membangun pola pikir wirausaha dalam mengembangkan ide-ide baru yang inovatif. Permasalahan yang diangkat mengacu pada kurangnya kesadaran seseorang terhadap persaingan berwirausaha sehingga mereka lebih terfokus pada promosi ketimbang membangun pola pikir untuk membuat hal yang baru. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, alat analisis SPSS dan jumlah populasi sebanyak 49 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas dan pola pikir wirausaha saling berkaitan terhadap inovasi dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kemajuan dalam berwirausaha seperti yang kita ketahui bahwa setiap ada perubahan yang inovatif menjadi suatu hal yang baru dapat meningkatkan bisnis kita didalam persaingan di masa kini dan masa depan.

Kata Kunci: Kompetitif, Inovatif, Pola Pikir, Wirausaha

Abstract

This study aims to achieve competitive advantage and build an entrepreneurial mindset in developing innovative new ideas. The issue addressed refers to the lack of awareness of individuals regarding entrepreneurial competition, causing them to focus more on promotion rather than developing a mindset for creating something new. The method used in this research is a quantitative method, with SPSS as the analysis tool and a total population of 49 respondents. The results of the study indicate that creativity and entrepreneurial mindset are interrelated with innovation and have a significant influence on progress in entrepreneurship. As we know, every innovative change that results in something new can enhance our business in both current and future competition.

Keyword: Competitive, innovative, mindset, entrepreneur

*Correspondence to: Ali Sadikin
Email: alisadikinsarbi67@gmail.com

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis yang kompetitif saat ini, inovasi menjadi kunci untuk mencapai keunggulan kompetitif dan pertumbuhan yang berkelanjutan. Inovasi memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan produk, layanan, dan proses yang baru dan unik, sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik dan menciptakan nilai tambah yang signifikan.

Pada umumnya, kreativitas dikaitkan dengan ide-ide yang kreatif dan inovatif dalam memulai usaha baru. Kreativitas berhubungan dengan kemampuan dan keterampilan yang dimiliki seorang individu. Dengan kreativitas, seorang individu dapat berpikir secara kreatif dan inovatif dalam melihat peluang, mendesain produk atau jasa, serta pemecahan masalah. Seorang mahasiswa yang memiliki tingkat kreativitas tinggi dan dipadukan dengan pemberian pendidikan mengenai kewirausahaan serta pola pikir berwirausaha akan meningkatkan intensi dalam berwirausaha (Kardila & Puspitowati, 2022).

Maka dengan Seiring perkembangan dan pesatnya persaingan dalam berwirausaha menuntut kita untuk memahami pentingnya peran kreativitas dan pola pikir wirausaha (Pratiwi et al., 2023; Wardhani; et al., 2019). Maka dari itu dalam membuka sebuah usaha seseorang harus memiliki berbagai inovasi agar membuat hal yang baru untuk meningkatkan model bisnis dalam persaingan wirausaha. Kami akan membahas bagaimana kreativitas dapat mendorong ide-ide baru dan solusi inovatif, serta bagaimana pola pikir wirausaha dapat membantu menghadapi tantangan dan risiko dalam menciptakan inovasi dalam sebuah produk (Ubaidillah et al., 2021). Dalam penelitian ini kami menerapkan inovasi dalam ruang lingkup kerja di berbagai perusahaan yang menjalankan kewirausahaan salah satunya yang kami teliti yaitu perusahaan dibidang elektronik toko erafone di paelmbang square mall.

Pola pikir kewirausahaan (Limited, 2017) mendefinisikan pola pikir kewirausahaan sebagai perasaan untuk memberikan kemampuan berpikir kritis. Kreativitas Menurut (Satwika & Dewi, 2019) kreativitas merupakan komponen penting dari pemrosesan pemahaman individu dan memiliki kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan berharga dengan menggabungkan kembali dan mencocokkan informasi dan pengetahuan.

Kami akan membahas bagaimana kreativitas dapat mendorong ide-ide baru dan solusi inovatif, serta bagaimana pola pikir wirausaha dapat membantu menghadapi tantangan dan risiko dalam menciptakan inovasi sebuah produk melalui pendidikan, pelatihan, dan

pengalaman. Dengan memahami peran penting kreativitas dan pola pikir wirausaha dalam inovasi bisnis, kita dapat menggali potensi inovatif yang ada dalam diri kita dan mendorong pertumbuhan dan keberhasilan bisnis kita.

TINJAUAN PUSTAKA

Pola Pikir (*Mindset*)

Pola pikir dalam konteks kewirausahaan merujuk pada cara berpikir individu yang berorientasi pada peluang, ketahanan dalam menghadapi ketidakpastian, dan kemauan untuk terus belajar. Kardila & Puspitowati (2022) mendefinisikan pola pikir kewirausahaan sebagai kerangka kognitif yang mendorong seseorang untuk melihat tantangan sebagai peluang dan mengambil tindakan proaktif. Kuratko, Fisher, & Audretsch (2020) memperkuat bahwa pola pikir ini bersifat dinamis dan dapat dikembangkan melalui intervensi pendidikan dan pengalaman. Wardana dkk. (2020) juga menegaskan bahwa pembentukan pola pikir merupakan fondasi awal yang menentukan orientasi seseorang terhadap aktivitas kewirausahaan.

Wirausaha (*Entrepreneurship*)

Wirausaha merupakan proses dinamis dalam menciptakan nilai tambah melalui pengakuan dan eksploitasi peluang, pengambilan risiko, serta pengelolaan sumber daya (Wardhani; et al., 2019). Kardila & Puspitowati (2022) menjelaskan bahwa intensi berwirausaha merupakan indikator kunci dari orientasi seseorang terhadap profesi wirausaha, yang dipengaruhi oleh faktor internal seperti pola pikir dan kreativitas. Jiatong dkk. (2021) menambahkan bahwa aktivitas wirausaha tidak hanya tentang penciptaan bisnis baru, tetapi juga tentang cara berpikir dan bertindak yang inovatif dalam berbagai konteks organisasi. Dengan demikian, variabel wirausaha dalam penelitian ini diposisikan sebagai ranah aktivitas yang menjadi tujuan akhir dari pembentukan pola pikir, inovasi, dan daya saing.

Inovatif

Inovatif merujuk pada kapasitas individu atau organisasi untuk menghasilkan, menerima, dan mengimplementasikan ide-ide baru yang bermanfaat (Ismail et al., 2023; Lani et al., 2024; Terttiaavini et al., 2023). Satwika & Dewi (2019) menunjukkan bahwa

orientasi inovatif menjadi pendorong utama dalam

menciptakan pembaruan produk, proses, maupun model bisnis. Ubaidillah, Maulana, & Firmansyah (2021) menekankan bahwa sifat inovatif tidak hanya terbatas pada aspek teknologi, tetapi juga mencakup inovasi sosial dan model pemecahan masalah kreatif. Dalam hubungannya dengan wirausaha, sifat inovatif merupakan manifestasi nyata dari pola pikir yang telah terbentuk, di mana ide-ide kreatif diwujudkan menjadi sesuatu yang aplikatif dan bernilai ekonomi maupun sosial.

Kompetitif

Kompetitif dalam konteks ini merujuk pada kapasitas untuk menciptakan dan mempertahankan posisi unggul dalam persaingan. Satwika & Dewi (2019) mendefinisikan keunggulan kompetitif sebagai hasil dari strategi penciptaan nilai yang tidak mudah ditiru pesaing. Dalam kaitannya dengan wirausaha, orientasi kompetitif tidak semata-mata diartikan sebagai mengalahkan pesaing, melainkan sebagai dorongan untuk terus meningkatkan kualitas, efisiensi, dan diferensiasi. Kardila & Puspitowati (2022) secara implisit menunjukkan bahwa individu dengan pola pikir wirausaha yang kuat cenderung memiliki kesadaran kompetitif yang lebih tinggi, karena mereka terus-menerus membandingkan dirinya dengan standar keunggulan, bukan sekadar dengan kompetitor langsung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan alat analisis SPSS dengan jumlah populasi 49 responden wirausahawan. Penelitian dilakukan selama 2 bulan pada daerah 3 ilir Kota Palembang.

Hipotesa dan Model Penelitian

1. Hipotesa

Dalam penelitian ini hipotesa yang diperoleh dapat dirumuskan sebagai berikut:

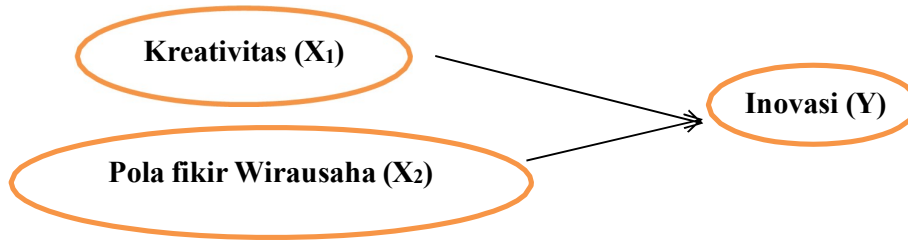
$$\text{H1: } x_1 \rightarrow y$$

Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap inovasi

$$\text{H2: } x_2 \rightarrow y$$

Pola pikir wirausaha berpengaruh terhadap inovasi

2. Model Penelitian



HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, kemudian hasil olah data yang diperoleh menggunakan penyebaran kuesioner melalui google form diberbagai kalangan masyarakat yang memiliki keinginan untuk berwirausaha serta mendapatkan 49 responden positif. pengaruh kreativitas dan pola pikir wirausaha sangat berpengaruh terhadap inovasi.

Berdasarkan data yang menggunakan pengukuran likert dan bantuan dari statiscal program for social (SPSS) & R Square maka didapat hipotesa sebagaib berikut:

Model Summary

					Change Statistics				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. Change
1	.894 ^a	.800	.796	.829	.800	188.104	1	47	.000

a. Predictors: (Constant), Kreativitas

Model Summary

					Change Statistics				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. Change
1	.774 ^a	.599	.590	1.174	.599	70.136	1	47	.000

a. Predictors: (Constant), Pola pikir wirausaha

Pembahasan

X1 tidak berpengaruh terhadap Y karena kreativitas dan inovasi sangat berperan penting terhadap kemajuan wirausaha dalam perkembangan bisnis di masa kini dan masa

mendatang kemudian X2 tidak berpengaruh terhadap Y karena pola pikir wirausaha dapat menciptakan hal baru yang dapat dikembangkan serta bisa menghadapi persaingan dalam bisnis. Setelah melakukan metode Rsquare maka terdapat besarnya pengaruh masing-masing variabel sebagai berikut:

$$X1 \rightarrow Y = 0,800\%$$

$$X2 \rightarrow Y = 0,599\%$$

Hasil olah pengaruh menggunakan metode Rsquare yaitu X1 pada Y menghasilkan 0,800%. Sedangkan hasil pengaruh dari X2 pada Y yaitu 0,599% .

Menjawab Hipotesa

Berdasarkan penelitian hasil olah data

H1: Tidak berpengaruh terhadap inovasi, maka H1 tidak diterima

H2: Tidak berpengaruh terhadap inovasi, maka H2 tidak diterima

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kreativitas dan pola pikir wirausaha saling berkaitan terhadap inovasi namun walaupun saling berkaitan tentu tidak juga berpengaruh yang signifikan terhadap kemajuan dalam berwirausaha seperti yang kita ketahui bahwa setiap ada perubahan yang inovatif menjadi suatu hal yang baru dapat meningkatkan bisnis kita didalam persaingan di masa kini dan masa depan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan ide-ide yang berinovasi yang dapat dikembangkan dalam berwirausaha, serta dapat membangun pola pikir wirausaha yang kompetitif dalam membuat perubahan hal baru terhadap usaha yang sedang dijalankan.

Setelah melakukan metode Rsquare maka terdapat besarnya pengaruh masing-masing variabel sebagai berikut:

$$X1 \rightarrow Y = 0,800\%$$

$$X2 \rightarrow Y = 0,599\%$$

Hasil olah pengaruh menggunakan metode Rsquare yaitu X1 pada Y menghasilkan 0,800%

Sedangkan hasil pengaruh dari X2 pada Y yaitu 0,599%

DAFTAR PUSTAKA

- Handayati, P., Wulandari, D., Soetjipto, B. E., Wibowo, A., & Narmaditya, B. S. (2020). Does entrepreneurship education promote vocational students' entrepreneurial mindset? *Heliyon*, 6(11), e05426.
- Ismail, R., Saputra, T. S., & Har, S. (2023). Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Kompetensi Wirausaha UMKM (Studi Kasus Pada Pelaku Usaha di Kambang Iwak, Kota Palembang. *Majalah Ilmiah Manajemen STIE Aprin Palembang*, 12(2), 55–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.58437/mim.v12i2.150>
- Jiatong, W., Murad, M., Bajun, F., Tufail, M. S., Mirza, F., & Rafiq, M. (2021). Impact of entrepreneurial education, mindset, and creativity on entrepreneurial intention: Mediating role of entrepreneurial self-efficacy. *Frontiers in Psychology*, 12.
- Kardila, K., & Puspitowati, I. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Pola Pikir Kewirausahaan, Kreativitas terhadap Intensi Berwirausaha. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(4), 1026–1034. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i4.20566>
- Kuratko, D. F., Fisher, G., & Audretsch, D. B. (2020). Unraveling the entrepreneurial mindset. *Small Business Economics*, 57(4), 1681-1691.
- Lani, A., Saputra, T. S., Hershanty, D., Jafrizal, Handayani, C., & Sara, Y. (2024). Implementasi Inovasi dan Kreativitas Mahasiswa Dalam Mempromosikan Stie APRIN di Era Digital. *Majalah Ilmiah Manajemen STIE Aprin Palembang*, 12(2 SE-Articles), 63–68. <https://doi.org/10.58437/mim.v12i2.155>
- Limited, K. B. (2017). *Arabian Journal of Business and Impact of Motivation on Employee Performances : A Case Study of*. 7(1), 1–8. <https://doi.org/10.4172/2223-5833.1000293>
- Olejnik, S., & Algina, J. (2003). *Generalized Eta and Omega Squared Statistics : Measures of Effect Size for Some Common Research Designs*. 8(4), 434–447. <https://doi.org/10.1037/1082-989X.8.4.434>
- Pratiwi, R., Wardhani, W. N. R., Widyatania, D. T., & Dasmadi, D. (2023). How reputation bridging nowness service and memorable tourism experience to achieve tourism sustainable development goals. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 8(1 SE-Articles), 8–13. <https://doi.org/10.26905/jpp.v8i1.9794>
- Satwika, N. K. P., & Dewi, N. M. W. K. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar Serta Inovasi

- Terhadap Keunggulan Kompetitif Dan Kinerja Bisnis. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(3), 1481–1509.
- Terttiaavini, T., Saputra, T. S., Heryati, A., Lestari, E. S., & Purnamasari, E. (2023). Pelatihan Digital Marketing sebagai Strategi Peningkatan Omset Penjualan Kain Tenun Songket Desa Burai. *Reswara: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4 (1), 543–551. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 543–551. <https://doi.org/https://doi.org/10.46576/rjpkm.v4i1.2515>
- Ubaidillah, M. F., Maulana, A., & Firmansyah, I. (2021). Peluang Membangun Potensi Usaha Kreatif, Inovatif Dan Bermanfaat Melalui Penerapan, Kewirausahaan Sosial. *Jumanis-Baja*, 03(02), 227–239.
- Wardana, L. W., Narmaditya, B. S., Wibowo, A., Mahendra, A. M., Wibowo, N. A., Harwida, G., & Rohman, A. N. (2020). The impact of entrepreneurship education and students' entrepreneurial mindset: The mediating role of attitude and self-efficacy. *Heliyon*, 6(9), e04922
- Wardhani, W. N. R., Pratiwi, R., & Dasmadi. (2019). Crowdfunding: Is It Beneficial in Destination Marketing? *1st International Conference on Accounting, Management and Entrepreneurship (ICAMER 2019)*. [https://eprints.umpo.ac.id/6381/3/6_Crowdfunding Is It Beneficial in Destination Marketing.pdf](https://eprints.umpo.ac.id/6381/3/6_Crowdfunding%20Is%20Beneficial%20in%20Destination%20Marketing.pdf)