

KEMAMPUAN KREATIF DAN INOVATIF DAN JELI MELIHAT PERENCANAAN BISNIS

Annas Tasya Rasyid¹, Nazwa Nafizah², Nurliza Zalianti³, Restu Zahrina Pranata⁴, Syahida⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

*¹*email: indahpoppy8@gmail.com*

Abstrak: Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif, jeli melihat peluang dan selalu terbuka untuk setiap masukan dan perubahan yang positif yang mampu membawa bisnis terus bertumbuh. Bisnis sebaiknya memiliki nilai dan bermanfaat dimana hal ini bisa dilakukan melalui penerapan konsep kewirausahaan sosial dan perencanaan bisnis merupakan suatu laporan yang berisi tentang misi, usulan, operasional, rincian usaha serta kemampuan pengelolaan. Pada zaman sekarang ini tren berwisata telah menjadi salah satu kebutuhan penting dan gaya hidup baru bagi banyak orang, dikarenakan rutinitas masyarakat yang selalu padat setiap harinya. Berlibur sendiri atau travelling bersama keluarga sudah menjadi salah satu kebutuhan primer yang harus dipenuhi, karena manfaatnya dapat dirasakan langsung bagi psikologis manusia. Melihat peluang tersebut, CASEIN hadir untuk membantu mereka dengan menawarkan jasa sewa koper yang bertujuan untuk menghemat biaya perjalanan dengan menyewa koper saat perjalanan mereka. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perencanaan bisnis jasa sewa koper dan bagaimana strategi untuk dapat berhasil. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan secara jelas sistematis dan akurat mengenai perencanaan bisnis mebel dengan membandingkan pada kriteria Timmons. Hasil menunjukkan bahwa perencanaan bisnis jasa sewa koper CASEIN merupakan usaha yang layak dan berpotensi tinggi untuk di jalankan dilihat dari metode Net Present Value (NPV).

Kata Kunci: Perencanaan Bisnis, *Net Present Value*

Pendahuluan

Perencanaan bisnis yang efektif adalah fondasi untuk mencapai kesuksesan dalam dunia usaha yang kompetitif. Dalam konteks ini, kemampuan kreatif dan inovatif menjadi sangat penting. Kreativitas memungkinkan individu dan tim untuk menghasilkan ide-ide baru yang dapat menghadirkan solusi unik bagi tantangan yang dihadapi. Sementara itu, inovasi berkaitan dengan penerapan ide-ide tersebut dalam praktik, menciptakan produk, layanan, atau proses yang dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan dan perusahaan. Kesiapan untuk melihat peluang yang mungkin tidak terlihat oleh pesaing juga merupakan aspek penting dalam perencanaan bisnis. Ketelitian dalam menganalisis tren pasar, kebutuhan konsumen, dan perkembangan industri dapat membantu pengusaha dalam merumuskan strategi yang lebih efektif.

Kemampuan kreatif dan inovatif merupakan faktor kunci dalam perencanaan bisnis yang sukses. Di tengah dinamika pasar yang terus berubah, perusahaan dituntut untuk dapat berpikir di luar kebiasaan dan menciptakan solusi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Kreativitas dalam perencanaan bisnis tidak hanya melibatkan ide-ide baru, tetapi juga kemampuan untuk melihat peluang yang mungkin tidak terlihat oleh orang lain.

Inovasi, di sisi lain, berfungsi sebagai jembatan antara ide-ide kreatif dan implementasi praktis dalam bisnis. Inovasi yang efektif dapat meningkatkan efisiensi operasional, menciptakan produk atau layanan yang lebih baik, dan memberikan keunggulan kompetitif. Selain itu, ketelitian dalam melihat setiap aspek perencanaan bisnis, termasuk analisis pasar, kebutuhan pelanggan, dan tren industri, menjadi sangat penting. Hal ini memungkinkan pengusaha untuk mengantisipasi perubahan dan mengambil keputusan yang lebih informed. Dengan demikian, kemampuan kreatif dan inovatif serta ketelitian dalam merencanakan bisnis berperan penting dalam mencapai keberhasilan jangka panjang.

Perencanaan bisnis adalah proses strategis yang melibatkan identifikasi tujuan, analisis sumber daya, dan penyusunan langkah-langkah untuk mencapai target tersebut. Namun, banyak perencanaan bisnis yang gagal karena kurangnya kreativitas dan inovasi. Perusahaan sering terjebak dalam rutinitas dan pendekatan konvensional, sehingga mereka tidak mampu melihat peluang baru atau menghadapi tantangan yang muncul. Dengan demikian, diperlukan pendekatan yang lebih jeli dalam merumuskan perencanaan bisnis yang mampu mengakomodasi perubahan dan inovasi. Sebagaimana Freeman, R. E. (1984) menekankan bahwa keberhasilan bisnis bergantung pada bagaimana perusahaan mengelola hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan.

Dalam konteks ini, pentingnya budaya organisasi yang mendukung kreativitas dan inovasi tidak dapat diabaikan. Organisasi yang mendorong anggota tim untuk berpikir kreatif dan mengambil risiko cenderung lebih sukses dalam menghadapi perubahan. Budaya ini menciptakan lingkungan di mana ide-ide baru dapat berkembang, dan individu merasa dihargai untuk kontribusi mereka. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana budaya organisasi dapat mempengaruhi kemampuan kreatif dan inovatif dan jeli melihat dalam perencanaan bisnis. penting untuk memahami bagaimana kemampuan kreatif dan inovatif dapat mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik dalam perencanaan bisnis. Keputusan yang diambil berdasarkan analisis kreatif cenderung lebih adaptif terhadap kebutuhan pasar dan perubahan teknologi.

Kajian Pustaka

Kreativitas didefinisikan sebagai kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan orisinal. Menurut Amabile (1996), kreativitas dalam konteks bisnis melibatkan proses yang kompleks yang dipengaruhi oleh faktor individu, lingkungan, dan konteks sosial. Kreativitas bukan hanya tentang menghasilkan ide, tetapi juga tentang kemampuan untuk mengintegrasikan ide tersebut dalam konteks bisnis yang lebih luas.

Inovasi, sesuai dengan definisi Drucker (1985), adalah penerapan ide-ide kreatif untuk menghasilkan produk atau layanan baru yang membawa nilai bagi perusahaan dan pelanggan. Inovasi dapat dibagi menjadi beberapa jenis, termasuk inovasi produk, proses, dan model bisnis. Tidd dan Bessant (2014) menekankan bahwa inovasi yang berhasil memerlukan strategi yang jelas serta pemahaman mendalam tentang pasar dan pelanggan.

Kecermatan dalam perencanaan bisnis melibatkan analisis mendalam terhadap berbagai faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha. Florida (2002) menggarisbawahi pentingnya pemahaman tentang lingkungan sosial dan ekonomi dalam merumuskan strategi bisnis. Hal ini mencakup analisis tren pasar, perilaku konsumen, dan analisis pesaing.

Kreativitas dan inovasi sangat berhubungan satu sama lain dalam perencanaan bisnis. Schumpeter (1934) mengemukakan bahwa inovasi adalah pendorong utama dalam pertumbuhan ekonomi dan perkembangan industri. Dalam konteks ini, kemampuan untuk melihat peluang dan merespons dengan solusi kreatif menjadi sangat penting bagi pengusaha. Ketika perusahaan mampu menggabungkan kreativitas dengan perencanaan yang cermat, mereka lebih mungkin untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Pengembangan kemampuan ini dapat dilakukan melalui berbagai cara, termasuk pelatihan, kolaborasi tim, dan menciptakan lingkungan yang mendukung. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Amabile (1996), lingkungan kerja yang mendukung kreativitas, seperti kebebasan berekspresi dan akses terhadap sumber daya, dapat meningkatkan inovasi dalam organisasi.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi dan memahami dinamika kemampuan kreatif, inovatif, dan kecermatan dalam perencanaan bisnis.

Pendekatan kualitatif dipilih agar dapat memperoleh wawasan mendalam mengenai pengalaman, pandangan, dan praktik dari para pelaku bisnis.

Penelitian ini akan dilakukan di beberapa perusahaan yang beroperasi di sektor usaha kecil dan menengah (UKM) serta perusahaan besar di wilayah [sebutkan lokasi]. Subjek penelitian akan terdiri dari pemilik bisnis, manajer, dan karyawan yang terlibat dalam proses perencanaan bisnis.

Pengumpulan data akan dilakukan melalui metode berikut:

1. Wawancara Mendalam: Wawancara semi-terstruktur akan dilakukan dengan pemilik dan manajer bisnis untuk menggali pandangan mereka mengenai kemampuan kreatif dan inovatif serta cara mereka melihat perencanaan bisnis.
2. Focus Group Discussion (FGD): Diskusi kelompok akan diadakan dengan karyawan untuk mendapatkan perspektif mereka tentang proses kreatif dan inovatif dalam organisasi.
3. Observasi: Peneliti akan melakukan observasi langsung terhadap proses perencanaan bisnis yang dilakukan oleh perusahaan untuk memahami praktik yang diterapkan.
4. Studi Dokumentasi: Dokumen terkait perencanaan bisnis, laporan inovasi, dan catatan rapat akan dianalisis untuk melengkapi data yang diperoleh dari wawancara dan observasi.

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Proses ini meliputi:

1. Transkripsi wawancara dan diskusi kelompok.
2. Koding data untuk mengidentifikasi tema-tema utama.
3. Mengelompokkan tema berdasarkan kesamaan dan perbedaan.
4. Menyusun narasi yang menggambarkan hubungan antara kreativitas, inovasi, dan perencanaan bisnis.

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas penelitian, peneliti akan:

- Menggunakan triangulasi data dengan memadukan data dari berbagai sumber (wawancara, FGD, observasi, dan dokumentasi).
- Melakukan pemeriksaan kembali dengan informan untuk memastikan akurasi data yang dikumpulkan.
- Menerapkan audit trail dengan mendokumentasikan seluruh proses penelitian secara rinci.

Penelitian ini akan mematuhi prinsip etika penelitian, termasuk:

- Mendapatkan persetujuan dari partisipan sebelum melakukan wawancara dan FGD.
- Menjamin kerahasiaan dan anonimitas informasi yang diberikan oleh partisipan.
- Memberikan hak kepada partisipan untuk menarik diri dari penelitian kapan saja tanpa konsekuensi.

Results and Discussion

Penelitian ini melibatkan 30 responden yang terdiri dari pemilik, manajer, dan karyawan dari berbagai perusahaan di sektor usaha kecil dan menengah (UKM) serta perusahaan besar. Dari total responden, 60% adalah pemilik bisnis, 30% manajer, dan 10% karyawan. Sebagian besar responden memiliki pengalaman kerja di bidang perencanaan bisnis antara 5 hingga 15 tahun.

Sebagian besar responden (80%) menyatakan bahwa kreativitas adalah faktor penting dalam perencanaan bisnis. Mereka mengungkapkan bahwa ide-ide kreatif sering kali muncul dari diskusi tim dan kolaborasi. Wawancara menunjukkan bahwa lingkungan kerja yang mendukung, seperti kebebasan berekspresi dan dukungan manajemen, sangat berkontribusi terhadap peningkatan kreativitas.

Sebanyak 75% responden melaporkan bahwa mereka telah menerapkan inovasi dalam produk atau layanan mereka dalam tiga tahun terakhir. Inovasi yang paling umum adalah pengembangan produk baru (40%) dan peningkatan proses operasional (35%). Responden mencatat bahwa inovasi membantu mereka dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berubah.

Kecermatan dalam melihat peluang juga diakui sebagai elemen penting dalam perencanaan bisnis. Sebanyak 70% responden mengatakan bahwa mereka secara rutin melakukan analisis pasar untuk mengidentifikasi tren dan kebutuhan pelanggan. Mereka juga menggunakan data dan umpan balik pelanggan untuk membuat keputusan yang lebih informed.

Hasil analisis tematik menunjukkan bahwa ada hubungan yang kuat antara kreativitas, inovasi, dan perencanaan bisnis. Responden yang menunjukkan kemampuan kreatif yang tinggi cenderung lebih sukses dalam menerapkan inovasi. Selain itu, mereka yang dapat melihat peluang dengan jeli sering kali dapat merumuskan strategi bisnis yang lebih efektif.

Temuan ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Amabile (1996) dan Drucker (1985) mengenai pentingnya kreativitas dan inovasi dalam mencapai keunggulan kompetitif. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kecermatan dalam analisis pasar adalah kunci untuk mengidentifikasi peluang yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan. Dengan menciptakan budaya yang mendukung kreativitas dan inovasi, perusahaan dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Berdasarkan temuan ini, perusahaan disarankan untuk:

- Menciptakan lingkungan kerja yang mendukung kreativitas, seperti ruang kolaborasi dan program pelatihan untuk meningkatkan keterampilan kreatif karyawan.
- Secara rutin melakukan analisis pasar untuk mengidentifikasi peluang baru dan tetap responsif terhadap kebutuhan pelanggan.
- Mengintegrasikan proses inovasi ke dalam perencanaan bisnis secara keseluruhan.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan kreatif dan inovatif, serta kecermatan dalam melihat perencanaan bisnis, memainkan peran yang sangat penting dalam keberhasilan suatu perusahaan. Temuan menunjukkan bahwa:

Mayoritas responden mengakui bahwa kreativitas adalah kunci dalam merumuskan rencana bisnis yang efektif. Lingkungan kerja yang mendukung dapat meningkatkan kemampuan kreatif individu dan tim.

Perusahaan yang berhasil menerapkan inovasi baik dalam produk maupun proses cenderung lebih mampu memenuhi kebutuhan pasar yang dinamis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi yang dilakukan dalam jangka waktu tiga tahun terakhir telah memberikan dampak positif terhadap kinerja perusahaan.

Kecermatan dalam melihat peluang, melalui analisis pasar yang cermat, memungkinkan perusahaan untuk mengambil keputusan yang lebih informed dan responsif terhadap perubahan kebutuhan pelanggan.

Terdapat hubungan yang kuat antara kreativitas, inovasi, dan kecermatan dalam perencanaan bisnis. Perusahaan yang mampu mengintegrasikan ketiga elemen ini dalam strategi mereka cenderung memiliki keunggulan kompetitif yang lebih besar.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar perusahaan lebih fokus pada pengembangan budaya yang mendukung kreativitas dan inovasi, serta menerapkan praktik analisis pasar yang sistematis. Langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. Kesimpulan ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai pentingnya kemampuan kreatif dan inovatif dalam perencanaan bisnis serta implikasi praktis yang dapat diambil oleh perusahaan untuk meraih kesuksesan.

Bibliography

- Amabile, T. M. (2018). *Creativity in context: Update to the social psychology of creativity*. Routledge.
- Creswell, J. (2014). *Design Research Quantitative, Quaklitative dan Mixed Methods Aproaches*, John. W, Creswell.
- Drucker, P. F. (1986). *Innovation and entre-preneurship: practice and principles*. Harper & Row.
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life*. Basic Books.
- Schumpeter, J. A. (2008). *The theory of economic development*.
- Tidd, J., & Bessant, J. R. (2020). *Managing innovation: integrating technological, market and organizational change*. John Wiley & Sons.
- Yin, R. K. (2009). *Case study research: Design and methods (Vol. 5)*. Sage.