

ANALISIS PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI TERHADAP KESUKSESAN WIRAUSAHA DI INDONESIA

Selti Sephia¹ Tedy Ardiansyah²

¹Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi UT Jakarta,

² Universitas Indraprasta PGRI Jakarta

Email: 042790595@ecampus.ut.ac.id¹, tedyardiansy4h@gmail.com²

Dikirim: 27 Nov 2023 Direvisi: 05 Des 2023 Dipublikasi: 31 Des 2023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis serta mengetahui pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap kesuksesan wirausaha di Indonesia agar dapat membantu mengembangkan ide atau inovasi baru wirausahawan di Indonesia. Metode dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan sumber data primer yang didapatkan dari survei dengan menyebarkan kuisioner ke media sosial. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pandangan positif terhadap peran kreativitas dan inovasi dalam kesuksesan wirausaha. Kreativitas dianggap sangat penting, tingkat kreativitas responden dalam berwirausaha cukup tinggi, dan penerapan inovasi sering dilakukan. Kontribusi inovasi terhadap kesuksesan wirausaha juga dianggap tinggi. Sebagian besar responden menganggap diri mereka cukup sukses dalam berwirausaha. Responden dalam penelitian ini adalah wirausahawan yang ada di Indonesia dengan total responden 34 orang. Diharapkan wirausaha di Indonesia mampu membangun kreativitas dan inovasi yang lebih lagi, sehingga wirausahawan di Indonesia dapat mengembangkan usahanya untuk mencapai kesuksesan.

Kata Kunci: Kreativitas, Inovasi, Kesuksesan Wirausaha

ABSTRACT

This study aims to analyze and determine the effect of creativity and innovation on entrepreneurial success in Indonesia in order to help develop new ideas or innovations for entrepreneurs in Indonesia. The method in this research is descriptive quantitative with primary data sources obtained from surveys by distributing questionnaires to social media. The results of this study indicate that the majority of respondents have a positive view of the role of creativity and innovation in entrepreneurial success. Creativity is considered very important, the level of creativity of respondents in entrepreneurship is quite high, and the application of innovation is often done. The contribution of innovation to entrepreneurial success was also considered high. Most respondents considered themselves to be moderately successful in entrepreneurship. Respondents in this

study were entrepreneurs in Indonesia with a total of 34 respondents. It is hoped that entrepreneurs in Indonesia will be able to build more creativity and innovation, so that entrepreneurs in Indonesia can develop their businesses to achieve success.

Keywords: Creativity, Innovation, Entrepreneurial Success

A. PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai salah satu negara di Asia Tenggara yang mengalami ekspansi ekonomi yang paling menonjol dan cepat, telah mengamati peningkatan yang cukup besar di sektor kewirausahaan. Di Indonesia, kewirausahaan merupakan katalisator penting bagi pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Kewirausahaan memiliki potensi untuk mendorong pembangunan berkelanjutan dan memberikan dampak konstruktif bagi perekonomian suatu bangsa. Kapasitas wirausahawan untuk menghasilkan inovasi dan nilai tambah sangat diperlukan untuk mencapai tujuan pembangunan.

Kreativitas dan inovasi adalah komponen intrinsik yang menunjukkan korelasi kuat dengan pencapaian kewirausahaan. Kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan konsep-konsep baru dan penyelesaian yang inventif terhadap tantangan, sedangkan inovasi adalah aplikasi praktis dari konsep-konsep tersebut untuk menghasilkan barang, jasa, atau prosedur yang bernilai. Pengusaha dapat membedakan diri mereka dari pesaing, mengidentifikasi peluang baru, dan meningkatkan daya saing bisnis mereka dengan bantuan kreativitas dan inovasi.

Meskipun demikian, pemahaman tentang sejauh mana inovasi dan kreativitas berdampak pada pencapaian wirausaha di Indonesia masih terbatas. Penelitian sebelumnya telah mengindikasikan bahwa kreativitas dan inovasi secara positif mempengaruhi kinerja kewirausahaan; namun, pemahaman yang lebih komprehensif tentang korelasi ini masih diperlukan, terutama dalam konteks lingkungan dan budaya bisnis di Indonesia.

Untuk mengatasi kesenjangan dalam pengetahuan ini, penelitian ini menganalisis dampak dari inovasi dan kreativitas terhadap pencapaian wirausaha di Indonesia. Menentukan faktor moderasi potensial dan menjelaskan sejauh mana kreativitas dan inovasi berkontribusi pada kesuksesan wirausaha adalah tujuan dari penelitian ini.

B. KAJIAN PUSTAKA

Penelitian ini akan menggunakan konsep inovasi, kreativitas, dan kesuksesan wirausaha, selain literatur yang berkaitan dengan dampak inovasi dan kreativitas terhadap kinerja wirausaha, sebagai landasan teoritisnya. Hasil yang diharapkan dari upaya penelitian ini, yang melibatkan pemeriksaan yang cermat, akan menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya inovasi dan kreativitas dalam lingkup kewirausahaan di Indonesia.

Hasil-hasil dari penelitian ini sangat penting bagi para pihak yang terkait, yang meliputi institusi pendidikan, badan-badan pemerintah, dan para pengusaha. Dengan mengimplementasikan hasil penelitian ini, entitas-entitas tersebut dapat memperkuat ekosistem kewirausahaan di Indonesia dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan.

C. METODE PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kreativitas dan inovasi mempengaruhi kesuksesan wirausaha di Indonesia. Kuesioner berfungsi sebagai instrumen pengumpulan data untuk desain penelitian berbasis survei. Para peneliti memilih untuk mengumpulkan perspektif dan persepsi dari para partisipan mengenai kreativitas, inovasi dan kesuksesan wirausaha melalui penggunaan kuesioner.

Menurut Sugiyono (2016), metode kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini beroperasi dengan memanfaatkan populasi dan sampel untuk melakukan penelitian, dengan sampel yang biasanya dipilih secara acak melalui pengumpulan instrumen penelitian. Selanjutnya, data yang terkumpul dianalisis sesuai dengan hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian deskriptif diartikan sebagai penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau berdiri sendiri tanpa membuat perbandingan dengan variabel yang lain (Jayusman & Shavab, 2020).

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain survei cross-sectional sebagai metodologi penelitian. Penelitian ini dilakukan dalam satu periode waktu yang berbeda, dan data dikumpulkan secara simultan dari sampel responden yang dipilih secara acak.

Sampel dan Populasi

Subjek penelitian ini adalah para wirausaha yang tinggal di Indonesia. Pemilihan partisipan untuk sampel dilakukan secara sengaja, karena kriteria inklusi mensyaratkan wirausaha aktif yang memiliki pengalaman operasional minimal satu tahun. Kriteria ini memandu penentuan jumlah sampel responden.

Teknik pengumpulan data

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Pengembangan kuesioner memperhatikan keterkaitan antar variabel yang diteliti, yaitu kreativitas, inovasi, dan kesuksesan wirausaha. Kuesioner telah melalui uji coba untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya sebelum disebar. Tujuan dari penyebaran kuesioner berbasis media sosial adalah untuk mendapatkan tanggapan dari para peserta di berbagai wilayah di Indonesia. Hal ini bertujuan untuk memastikan sampel responden yang beragam sehingga temuan penelitian dapat lebih akurat mencerminkan berbagai atribut kewirausahaan yang ada di Indonesia.

Analisis Data

Melalui penerapan metode statistik deskriptif, analisis deskriptif adalah uji analisis yang memaparkan atau menggambarkan hasil dari data yang didapatkan responden sehingga data dapat secara jelas menggambarkan dari riset yang telah dijalankan. Penelitian ini mematuhi prinsip-prinsip etika penelitian, yang mencakup validitas data, perlindungan identitas responden, dan keterbukaan proses pelaporan hasil penelitian.

Keterbatasan Penelitian

Responden yang hanya berkonsentrasi pada pengusaha yang aktif di media sosial menjadi salah satu keterbatasan penelitian. Oleh karena itu, perlu untuk menginterpretasikan temuan studi dengan mempertimbangkan ukuran sampel yang terbatas.

Berdasarkan perspektif para pelaku usaha ini, metode penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai dampak inovasi dan kreativitas terhadap kesuksesan wirausaha di Indonesia.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Setelah disebarkannya quisioner ke media social maka ditemukan hasil yang didapatkan dari 34 responden terkait kreativitas, inovasi dan kesuksesan wirausaha di Indonesia.

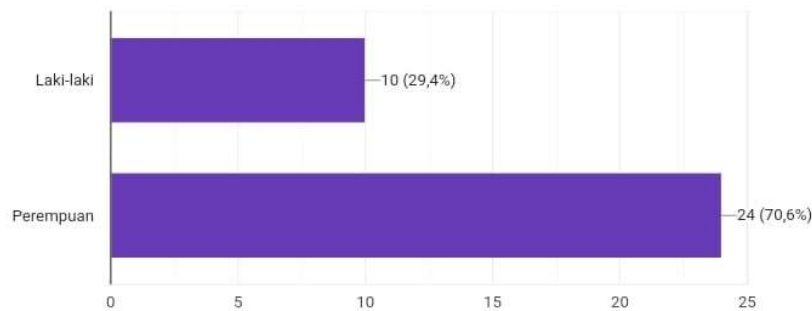


Diagram 1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan diagram 1 didapatkan hasil quisioner yang telah di analisis oleh peneliti, ada 34 responden yang berpartisipasi dalam pengisian quisioner yang disebar melalui social media, dengan jumlah responden laki-laki adalah 10 orang (29,4%) dan jumlah responden perempuan adalah 24 orang (70,6%). Artinya responden yang berpartisipasi paling banyak dalam pengisian quisioner ini adalah perempuan.

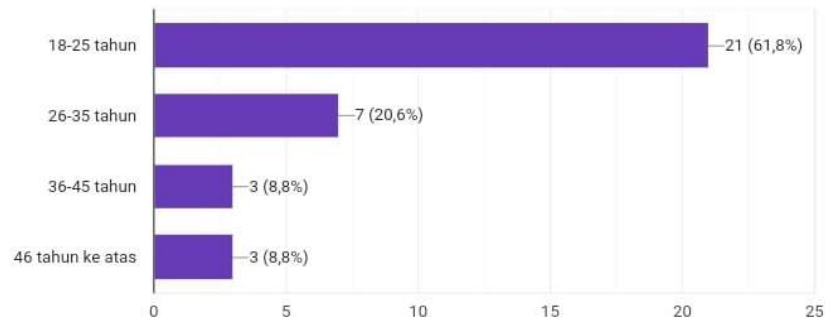


Diagram 2 Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan diagram 2 didapatkan hasil analisis oleh peneliti bahwa usia responden yang berpartisipasi terdiri dari usia 18-25 tahun yang terdapat 21 orang (61,8%), usia 26-35 tahun terdapat 7 orang (20,6%), usia 36-45 tahun terdapat 3 orang (8,8%), dan pada usia 45 tahun keatas terdapat 3 orang (8,8%). Artinya responden yang berpartisipasi dalam pengisian quisioner ini paling banyak berada di usia 18-25 tahun.

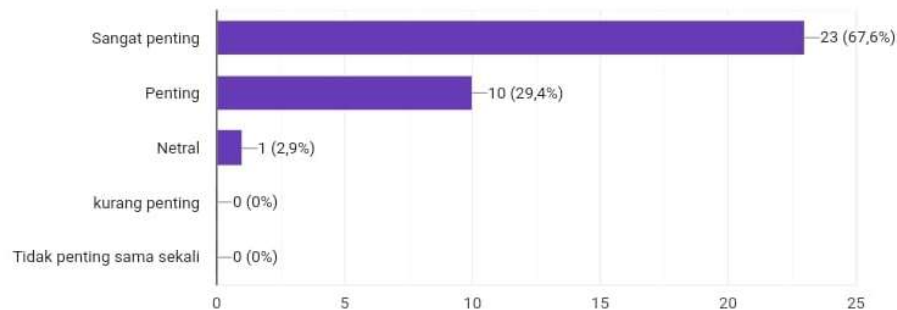


Diagram 3 Peran Kreativitas Bagi Wirausawan

Berdasarkan diagram 3 didapatkan hasil dari analisis yang dilakukan oleh peneliti bahwa pada peran kreativitas bagi wirausahawan, ada lima kategori yang menjadi pilihan responden. Dengan jumlah 23 orang (67,6%) termasuk dalam kategori “sangat penting”, lalu 10 orang (29,4%) memilih kategori “penting”, dan 1 orang (2,9%) memilih kategori “netral”. Sedangkan pada kategori “kurang penting” dan “tidak penting sama sekali” tidak ada yang memilih. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa peran kreativitas bagi wirausaha sangatlah penting.

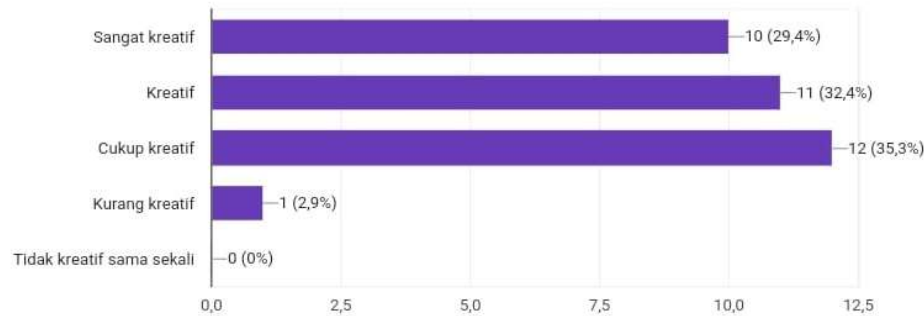


Diagram 4 Tingkat Kreativitas Responden Dalam Berwirausaha

Berdasarkan diagram 4 didapatkan hasil dari analisis yang dilakukan oleh peneliti bahwa pada tingkat kreativitas responden dalam berwirausaha, ada lima kategori yang menjadi pilihan responden. Dengan jumlah 10 orang (29,4%) termasuk dalam kategori “sangat kreatif”, lalu 11 orang (32,4%) memilih kategori “kreatif”, 12 orang (35,3%) memilih kategori “cukup kreatif”, dan 1 orang (2,9%) memilih kategori “kurang kreatif”. Sedangkan pada kategori “tidak kreatif sama sekali” tidak ada yang memilih. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingkat kreativitas responden dalam berwirausaha cukup kreatif, akan tetapi presentase ini tidaklah jauh berbeda antara kategori “cukup kreatif”, “kreatif”, dan “sangat kreatif”. Sehingga sebagian besar adalah bahwa para wirausaha memiliki kreativitas didalam usahanya.

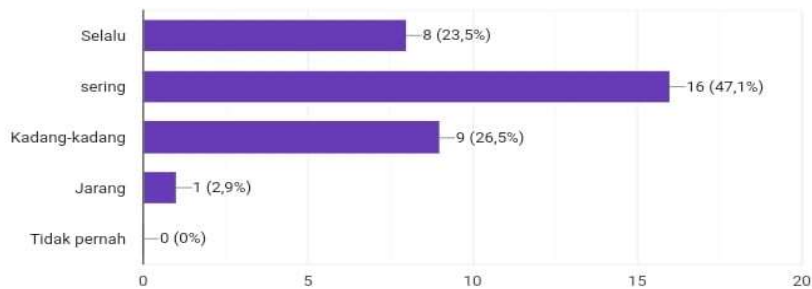


Diagram 5 Penerapan Inovasi Bagi Responden

Berdasarkan diagram 5 didapatkan hasil dari analisis yang dilakukan oleh peneliti bahwa pada penerapan inovasi bagi responden, ada lima kategori yang menjadi pilihan. Dengan jumlah 8 orang (23,5%) termasuk dalam kategori “selalu”, lalu 16 orang (47,1%) memilih kategori “sering”, 9 orang (26,5%) memilih kategori “kadang-kadang”, dan 1 orang (2,9%) memilih kategori “jarang”. Sedangkan pada kategori “tidak pernah” tidak ada yang memilih. Dengan

demikian dapat disimpulkan bahwa pada penerapan inovasi bagi responden sering dilakukan.

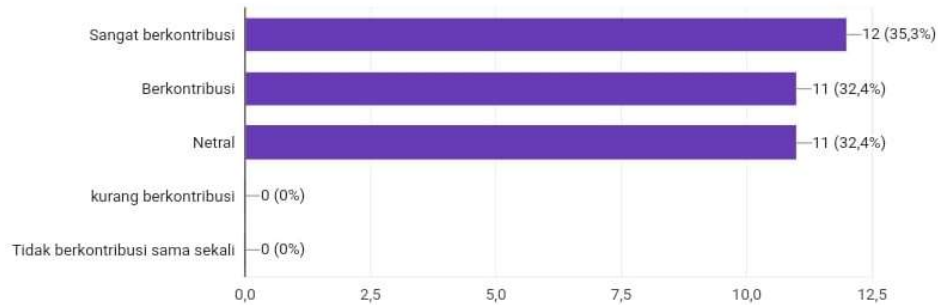


Diagram 6 Kontribusi Inovasi Terhadap Kesuksesan Wirausaha

Berdasarkan diagram 6 didapatkan hasil dari analisis yang dilakukan oleh peneliti bahwa kontribusi inovasi terhadap kesuksesan wirausaha, ada lima kategori yang menjadi pilihan responden. Dengan jumlah 12 orang (35,3%) termasuk dalam kategori “sangat berkontribusi”, lalu 11 orang (32,4%) memilih kategori “berkontribusi”, dan 11 orang (32,4%) memilih kategori “netral”. Sedangkan pada kategori “kurang berkontribusi” dan “tidak berkontribusi sama sekali” tidak ada yang memilih. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kontribusi inovasi terhadap kesuksesan wirausaha sangat berkontribusi.

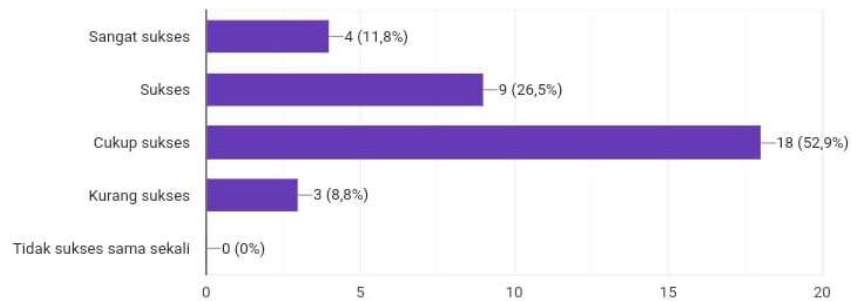


Diagram 7 Menilai Tingkat Kesuksesan Responden

Berdasarkan diagram 7 didapatkan hasil dari analisis yang dilakukan oleh peneliti bahwa menurut tingkat kesuksesan menurut responden dalam berwirausaha, ada lima kategori yang menjadi pilihan responden. Dengan jumlah 4 orang (11,8%) termasuk dalam kategori “sangat sukses”, lalu 9 orang (26,5%) memilih kategori “sukses”, 18 orang (52,9%) memilih kategori “cukup sukses”, dan 3 orang (8,8%) memilih kategori “kurang sukses”. Sedangkan pada kategori “tidak sukses sama sekali” tidak ada yang memilih. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa tingkat kesuksesan responden dalam berwirausaha cukup sukses.

Dari data-data tersebut lalu peneliti meminta faktor-faktor yang berpengaruh dalam kesuksesan berwirausaha kepada para responden. Berikut peneliti menyimpulkan hasil yang diberikan para responden sebagai berikut:

- a. Kreativitas dan Inovasi: Kreativitas yang tinggi dianggap faktor paling berpengaruh dalam kesuksesan bisnis. Kreativitas menciptakan inovasi yang membantu pengembangan bisnis.
- b. Pemahaman Pasar dan Pelanggan: Pemahaman mendalam tentang pasar dan pelanggan dianggap kunci kesuksesan. Mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan sebagai dasar untuk menciptakan produk atau layanan yang sukses.
- c. Teknis Marketing: Kemampuan dalam strategi pemasaran dianggap penting untuk mencapai kesuksesan bisnis.
- d. Waktu dan Manajemen: Komitmen, tekad, dan manajemen waktu dianggap esensial. Keseimbangan manajemen pekerjaan/bisnis dan kemampuan untuk berbagi waktu serta evaluasi kinerja. Pendekatan Mental dan Sikap: Tekun, kreatif, kerja keras, pantang menyerah, dan kemauan sukses dianggap penting. Kejujuran, motivasi, mindset positif, kepercayaan diri, dan loyalitas juga ditekankan.
- e. Kerjasama dan Sumber Daya Manusia: Kerja sama, leadership, serta kemampuan memotivasi dan mengelola sumber daya manusia.
- f. Modal Usaha: Modal usaha diidentifikasi sebagai faktor penting untuk memulai dan mengembangkan bisnis.
- g. Rencana dan Strategi: Rencana yang matang dalam berwirausaha dan strategi yang baik dianggap mendukung kesuksesan.
- h. Doa dan Kepercayaan: Keberhasilan bisnis dikaitkan dengan doa, kegigihan, dan kepercayaan pada diri sendiri.
- i. Endorsement dan Pengalaman: Endorsement, pengalaman, dan optimisme juga disebutkan sebagai faktor penggerak kesuksesan.

2. Pembahasan

Sebagaimana dinyatakan oleh Safitri (2022:1), kata "wirausaha" berasal dari kata "entrepreneur", sedangkan "kewirausahaan" berasal dari kata "entrepreneurship". Savary pertama kali menggunakan istilah "entrepreneur" dalam bukunya "Kamus Dagang" pada tahun 1723. Entrepreneur adalah orang yang membeli sesuatu dengan harga yang jelas, tetapi tidak tahu berapa harga atau nilai ekonomi barang tersebut akan dijual. Menurut Barringer & Ireland (2006) dalam Kalil & Aenurohman (2020), inovasi dan kreativitas adalah komponen penting dari aktivitas usaha. Kedua elemen ini tidak dapat dipisahkan dari kewirausahaan, dan keduanya akan berkontribusi pada operasi bisnis.

Kreativitas dan inovasi adalah komponen penting dalam pengoperasian bisnis, karena keduanya berkontribusi secara dramatis terhadap kesuksesan wirausaha. Menurut Rusdiana (2014) dalam Ardiansyah, (2020), kreativitas mencakup kemampuan untuk menghasilkan konsep-konsep baru dan merancang strategi inovatif untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang. Wirausahawan harus memulai proses perencanaan bisnis dengan menunjukkan kreativitas, yang memerlukan kemampuan untuk menghasilkan konsep baru dan mempertimbangkan secara tidak konvensional.

Meskipun kreativitas itu sendiri tidak cukup untuk mencapai kesuksesan. Goman mendefinisikan inovasi (Rusdiana, 2014) (dalam Ardiansyah, 2020:23) sebagai implementasi pragmatis dari konsep-konsep imajinatif. Wirausahawan dapat mengubah konsep menjadi inisiatif nyata yang menghasilkan manfaat tambahan bagi pelanggan dan organisasi melalui pemanfaatan inovasi. Kombinasi antara inovasi dan kreativitas yang memadai akan meningkatkan kemungkinan keberhasilan wirausaha. Ibrahim dan Abu (2020) dalam Lai & Widjaja (2023) menyatakan bahwa inovasi adalah kecenderungan untuk mendukung gagasan baru dan inovatif dalam pembuatan produk baru atau perubahannya.

Orientasi kewirausahaan, menurut Danny & Utama (2020), adalah kapasitas bisnis untuk mengelola sumber daya secara konsisten dalam rangka menggunakan teknik kewirausahaan dan mendapatkan keunggulan kompetitif. Suryana (2008) dalam Alkachvi, (2019) menyatakan bahwa pemilik usaha yang sukses harus memiliki visi atau konsep bisnis yang kuat, di samping ketabahan dan kesiapan untuk menghadapi ketidakpastian temporal dan moneter. Hal ini menunjukkan pentingnya kompetensi kepemimpinan dan manajemen dalam mengejar kesuksesan wirausaha.

Lebih jauh lagi, motivasi memainkan peran penting dalam mengejar pencapaian wirausaha. Wirausahawan, menurut Virdianasari (2021), seorang wirausahawan harus memiliki motivasi yang tinggi, inovatif, dan memiliki keinginan untuk berkembang agar usaha yang dijalankan menjadi maju secara prestatif. Wirausahawan dengan tingkat motivasi yang tinggi akan cenderung untuk konsisten mengejar solusi inovatif, menghadapi tantangan dengan keberanian, dan mendorong pertumbuhan perusahaan mereka.

Wirausahawan yang beroperasi di Indonesia, di mana lingkungan bisnisnya dinamis dan persaingannya sangat ketat, harus menyadari bahwa motivasi, inovasi, kreativitas, dan kecakapan manajerial adalah penentu penting bagi keberhasilan perusahaan mereka (Rohman & Kusnaendar, 2021). Menurut Hidayat & Nawawi (2022), wirausahawan adalah mereka yang dapat melihat adanya peluang dan kemudian membentuk organisasi untuk memanfaatkannya. Contoh tindakan dan kegiatan fungsional tersebut antara lain mengerjakan dan memanfaatkan peluang dengan membentuk organisasi. Menganalisis dampak inovasi dan kreativitas terhadap kesuksesan wirausaha di Indonesia menjadi sangat relevan dan penting untuk diteliti lebih lanjut. Pengusaha dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mencapai tujuan mereka dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang dinamis dengan memahami interaksi antara inovasi, kreativitas, dan kesuksesan wirausaha.

Kreativitas dan inovasi memainkan peran penting dalam mencapai kesuksesan dalam lanskap komersial dan kewirausahaan di Indonesia. Berdasarkan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa keberadaan kreativitas dan karakteristik inovatif memiliki dampak yang menguntungkan bagi pencapaian kesuksesan wirausaha di Indonesia. Hasil dan analisis selanjutnya akan dipaparkan:

a. Kreativitas merupakan faktor penting dalam mencapai kesuksesan sebagai wirausaha.

Studi ini menunjukkan bahwa tingkat inovasi yang ditunjukkan oleh seorang wirausahawan memiliki dampak yang menguntungkan bagi keberhasilan perusahaan mereka. Kreativitas memberdayakan para wirausahawan untuk menghasilkan konsep-konsep baru, melihat kemungkinan-kemungkinan yang mungkin tidak terpikirkan oleh orang lain, dan mengatasi rintangan-rintangan melalui pendekatan-pendekatan yang imajinatif. Dalam situasi di Indonesia, yang ditandai dengan kondisi pasar yang dinamis dan persaingan yang semakin ketat, memiliki kemampuan untuk berpikir inovatif adalah atribut yang sangat menguntungkan. Pengusaha yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan solusi baru lebih mungkin untuk mencapai kesuksesan dalam usaha komersial mereka.

b. Inovasi adalah faktor penting dalam mendorong pencapaian tujuan kewirausahaan.

Inovasi, yang didefinisikan sebagai implementasi nyata dari konsep-konsep inventif, juga memiliki signifikansi yang signifikan dalam mencapai kemenangan wirausaha. Pengusaha yang berhasil memasukkan konsep inovatif mereka ke dalam barang, layanan, atau strategi bisnis mereka dapat memberikan nilai lebih bagi konsumen mereka. Inovasi memungkinkan mereka untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar dan secara efektif memenuhi kebutuhan klien. Oleh karena itu, inovasi memungkinkan para pengusaha untuk meningkatkan daya saing mereka, memperluas kehadiran mereka di pasar, dan mencapai kesuksesan yang lebih tinggi.

c. Lanskap komersial Indonesia yang dinamis membutuhkan kecerdikan dan orisinalitas.

Dalam lanskap komersial Indonesia yang dinamis, fluktuasi pasar, kemajuan teknologi, dan pergeseran perilaku pelanggan terus terjadi. Oleh karena itu, kapasitas untuk menyesuaikan dan berkreasi merupakan elemen penting dalam mencapai kemenangan wirausaha. Hasil penelitian ini memvalidasi pentingnya kreativitas dan inovasi dalam menanggapi kesulitan yang terus berkembang. Pengusaha yang memiliki kemampuan untuk terlibat dalam pemikiran kreatif, menghasilkan ide-ide baru, dan secara efektif mengeksekusi inovasi di dalam organisasi mereka akan memiliki keunggulan yang signifikan atas pesaing mereka.

d. Implikasi untuk kemajuan kewirausahaan di Indonesia.

Hasil penelitian ini memiliki konsekuensi yang signifikan bagi kemajuan kewirausahaan di Indonesia. Organisasi, pemerintah, dan lembaga yang memberikan bantuan kepada para wirausahawan harus memprioritaskan pengembangan kreativitas dan inovasi. Hal ini dapat dicapai melalui pelaksanaan program pelatihan, inisiatif pendidikan, penyediaan sumber daya, dan menumbuhkan budaya yang mendorong kreativitas. Indonesia dapat mendorong ekspansi bisnis yang lebih besar dan berkelanjutan dengan membangun atmosfer yang kondusif yang mendorong kreativitas dan inovasi.

Dalam hal kewirausahaan, pengaruh budaya dan sosial sangat penting; faktor-faktor ini dapat membentuk, memengaruhi, dan bahkan menjadi pendorong kreativitas dan inovasi. Pengaruh ini semakin penting di Indonesia, yang memiliki lapisan sosial yang kaya dan berbagai budaya. Ini adalah beberapa cara di mana budaya dan sosial memengaruhi kewirausahaan dan bagaimana ini dapat memengaruhi kreativitas dan inovasi:

Pengaruh Budaya:

i. Pandangan Risiko:

Pandangan orang terhadap risiko dan kegagalan dapat dipengaruhi oleh budaya mereka. Risiko dilihat sebagai peluang untuk berkembang di beberapa budaya, sementara di budaya lain, itu mungkin lebih dihindari. Ini memengaruhi sejauh mana mereka bersedia mengambil risiko dalam memulai bisnis.

ii. Pandangan tentang Kolaborasi:

Budaya yang mendorong kerja sama dan kolaborasi dapat menciptakan lingkungan yang mendukung ide dan inovasi. Di sisi lain, budaya yang lebih individualistik mungkin menekankan pencapaian individu, yang dapat mempengaruhi pendekatan terhadap kewirausahaan.

Pengaruh Sosial:

1. Akses Terhadap Sumber Daya:

Struktur sosial, termasuk kelas sosial dan lapisan masyarakat, dapat memengaruhi peluang dan kemampuan seseorang untuk memulai dan mengembangkan bisnis. Akses terhadap sumber daya seperti modal, pendidikan, dan jaringan adalah salah satu contohnya.

2. Norma-Norma Sosial:

Peraturan sosial dapat mempengaruhi jenis bisnis yang diterima atau dihargai masyarakat. Pengakuan sosial terhadap kewirausahaan dapat mendorong atau menghalangi pengusaha.

E. KESIMPULAN

Secara keseluruhan, kreativitas dan inovasi memiliki peran krusial dalam kesuksesan kewirausahaan di Indonesia. Studi dengan 34 responden menegaskan

bahwa kreativitas adalah faktor utama yang memungkinkan wirausahawan menghasilkan solusi inovatif dalam menghadapi tantangan bisnis yang kompetitif. Selain itu, inovasi memberikan daya saing yang lebih baik di pasar melalui implementasi ide-ide kreatif dalam praktik bisnis.

Untuk meningkatkan kewirausahaan di Indonesia, perlu adanya upaya bersama dari pemerintah, bisnis, dan lembaga pendidikan. Peningkatan kreativitas dan inovasi dapat dicapai dengan menyediakan sumber daya, pelatihan, dan panduan yang mendalam. Pemerintah dapat membentuk kebijakan yang mendukung lingkungan bisnis inovatif, sementara lembaga pendidikan dapat mengintegrasikan kurikulum yang mendorong pemikiran kreatif dan kewirausahaan. Para wirausahawan juga perlu memanfaatkan peluang pelatihan dan mendukung inisiatif pemerintah untuk memperluas pengetahuan dan keterampilan mereka.

Untuk para pemangku kepentingan, seperti wirausahawan, disarankan untuk terus mengembangkan kreativitas mereka dan aktif mencari peluang inovatif. Mereka dapat bergabung dalam komunitas wirausaha untuk pertukaran ide dan mendapatkan dukungan dari sesama pengusaha. Pembuat kebijakan perlu fokus pada pembentukan regulasi yang mendukung kreativitas dan inovasi, serta memfasilitasi akses terhadap sumber daya bagi para wirausahawan. Sementara itu, institusi pendidikan perlu menyesuaikan kurikulum mereka untuk menciptakan lingkungan yang merangsang kreativitas dan memberikan pemahaman yang mendalam tentang aspek sosial dan budaya dalam kewirausahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkachvi, M. D. (2019). *Pengaruh Kreativitas dan Inovasi produk terhadap Keberhasilan Usaha (Survey pada Pengusaha Sentra Sangkar Burung Sukahaji Bandung)*. Universitas Komputer Indonesia.
- Ardiansyah, T. (2020). Kreativitas dan inovasi dalam berwirausaha. *Jurnal Usaha*, 1(2), 19–25.
- Danny, F. G., & Utama, L. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kapasitas Inovasi terhadap Kesuksesan Proyek pada Bidang Fashion. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 690–699.
- Hidayat, T., & Nawawi, Z. M. (2022). Strategi Menumbuhkan Jiwa Kreatif dan Inovatif dalam Kewirausahaan. *Action Research Literate (ARL)*, 6(1), 62–69.
- Jayusman, I., & Shavab, O. A. K. (2020). Studi Deskriptif kuantitatif tentang aktivitas belajar mahasiswa dengan menggunakan media pembelajaran edmodo dalam pembelajaran sejarah. *Jurnal Artefak*, 7(1).
- Kalil, K., & Aenurohman, E. A. (2020). Dampak kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja UKM di kota Semarang. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(1), 69–77.
- Lai, A., & Widjaja, O. H. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Inovasi terhadap Keberhasilan UMKM Kedai Kopi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(3), 576–584.
- Rohman, P. S., & Kusnaendar, D. (2021). Membangun Usaha Kreatif dan Inovatif dalam Berwirausaha di Masa Pandemi Covid-19 Pada Mahasiswa Akamigas Balongan. *Jurnal Migasian*, 5(1), 64–69.
- Sugiyono, S. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- Virdianasari, N. M. A. (2021). Analisis Pengaruh Kreatif Dan Inovatif Di Dunia Bisnis Kewirausahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1(1), 37–47.
- Safitri, M. E., & Maryanti, E. (2022). Buku Ajar Kewirausahaan.