JUBISDIGI
Jurnal Bisnis Digital

Vol. 1 No. 1 (2025): Januari 2025

e-ISSN: 0000-0000

INOVASI DAN KREATIVITAS DALAM KEWIRAUSAHAAN: STRATEGI BERTAHAN DI ERA DIGITAL

Penulis	**Achamadi, Rasenda, Nova Rini, Nabila Ernur Ramadhani**
Institusi	Universitas Teknologi Muhammadiyah Jakarta
Email Korespondensi	achmadi@utmj.ac.id

Riwayat Naskah

Diterima 1 Januari 2025

Revisi 10 Januari 2025

Rilis 25 Januari 2025

Abstrak

Penelitian ini membahas peran inovasi dan kreativitas dalam kewirausahaan sebagai strategi bertahan di era digital. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, penelitian ini mengidentifikasi keunikan dan kebaruan dalam penerapan teknologi serta strategi bisnis modern. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengusaha yang mengadopsi inovasi digital memiliki keunggulan kompetitif lebih tinggi dibandingkan dengan mereka yang bertahan dengan model konvensional. Tantangan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan teknologi, kurangnya literasi digital, serta adaptasi terhadap tren pasar yang cepat berubah. Solusi yang diusulkan meliputi pelatihan teknologi digital, pengembangan ekosistem kewirausahaan berbasis inovasi, serta penerapan model bisnis berkelanjutan. Artikel ini memberikan wawasan mengenai konsep, desain, prototype, model bisnis, serta strategi inovatif yang dapat diterapkan dalam kewirausahaan modern.

Kata Kunci

Kewirausahaan, Inovasi, Kreativitas, Digitalisasi, Model Bisnis Berkelanjutan

DOI

http://doi.org/10.9030/jubisdigi.v1i1.931

Abstract

This research discusses the role of innovation and creativity in entrepreneurship as a survival strategy in the digital era. Using a descriptive qualitative method, this research identifies the uniqueness and novelty in the application of technology and modern business strategies. The research results show that entrepreneurs who adopt digital innovations have a higher competitive advantage compared to those who stick with conventional models. The main challenges faced include technological limitations, lack of digital literacy, and adaptation to rapidly changing market trends. The proposed solutions include digital technology training, the development of an innovation-based entrepreneurial ecosystem, and the implementation of sustainable business models. This article provides insights into concepts, designs, prototypes, business models, and innovative strategies that can be applied in modern entrepreneurship. This article provides insights into concepts, design, prototypes, business models, and innovative strategies that can be applied in modern entrepreneurship. Keywords: Entrepreneurship, Innovation, Creativity, Digitalization, Sustainable Business Models.

Keywords

Entrepreneurship, Innovation, Creativity, Digitalization, Sustainable Business Model.

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Vol. 1 No. 1 (2025): Januari 2025
e-ISSN: 0000-0000

I. PENDAHULUAN

Era digital membawa perubahan signifikan dalam dunia kewirausahaan. Teknologi seperti e- commerce, artificial intelligence (AI), dan big data telah membuka peluang bisnis baru, tetapi juga menciptakan tantangan besar bagi wirausahawan yang tidak beradaptasi (Faiz, 2022). Oleh karena itu, inovasi dan kreativitas menjadi faktor kunci dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnis di tengah persaingan global. Transformasi digital telah mengubah secara radikal cara berbisnis dan berwirausaha (Mahsun, 2011). Di tengah tekanan kompetisi global, pelaku usaha dituntut untuk tidak hanya mampu beradaptasi, tetapi juga untuk terus berinovasi dan menciptakan nilai baru melalui kreativitas. Kewirausahaan tidak lagi cukup dengan modal konvensional, melainkan harus dilengkapi dengan penguasaan teknologi, pemanfaatan platform digital, serta kemampuan inovatif dan kreatif.

Era digital telah mengubah wajah kewirausahaan secara signifikan. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tidak hanya mempercepat arus informasi, tetapi juga menciptakan disrupsi terhadap model bisnis konvensional (Drucker, 1985). Dalam konteks ini, inovasi dan kreativitas bukan lagi sekadar nilai tambah, melainkan menjadi komponen vital dalam strategi bertahan dan berkembangnya sebuah usaha.

Keresahannya yaitu begitu banyak pelaku usaha, terutama UMKM, mengalami kesulitan dalam beradaptasi dengan perubahan digital. Mereka tidak hanya tertinggal dalam adopsi teknologi, tetapi juga mengalami stagnasi dalam ide-ide kreatif dan inovatif (Schumpeter, 1934). Keresahan muncul ketika sebagian besar dari mereka bergantung pada cara-cara lama yang tidak lagi relevan di tengah perubahan perilaku konsumen yang semakin digital-oriented.

Berdasarkan Fakta dan Data yaitu Menurut data dari World Economic Forum (2024), lebih dari 70% bisnis global yang tidak melakukan inovasi digital mengalami penurunan pendapatan signifikan dalam 5 tahun terakhir (Christensen, 1997). Di Indonesia, laporan Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa hanya sekitar 30% UMKM yang terhubung dengan ekosistem digital secara optimal. Ini menegaskan adanya kesenjangan digital yang menghambat pertumbuhan kewirausahaan yang kompetitif (Kotler dan Keller, 2016). Buktinya yaitu Studi kasus dari perusahaan rintisan digital seperti Gojek dan Ruangguru menunjukkan bahwa keberhasilan mereka terletak pada kombinasi antara inovasi teknologi dan kreativitas dalam

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

memahami kebutuhan pasar. Bahkan di tengah krisis seperti pandemi COVID-19, perusahaan yang mampu berinovasi justru menunjukkan peningkatan performa (OECD, 2021).

Secara filosofis, kewirausahaan tidak hanya tentang menciptakan keuntungan, tetapi juga tentang menjawab tantangan zaman. Dalam perspektif Schumpeterian, wirausahawan adalah agen perubahan (agents of change) yang menciptakan "creative destruction" untuk menghadirkan pembaruan sosial dan ekonomi.

Sedangkan Relevansinya saat ini yaitu Dalam konteks Revolusi Industri 4.0 dan kini mengarah ke Society 5.0, peran inovasi dan kreativitas menjadi semakin sentral (Kemenkop UKM, 2023). Kewirausahaan berbasis teknologi, desain thinking, dan pendekatan human-centered menjadi penentu keberhasilan dalam menghadapi kompleksitas pasar yang dinamis dan tidak pasti.

Kemudian Urgensinya yaitu Ketidakmampuan untuk berinovasi bukan hanya menghambat pertumbuhan, tetapi juga dapat menyebabkan kematian bisnis secara perlahan. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk memahami bahwa inovasi dan kreativitas harus menjadi bagian dari DNA perusahaan. Topik ini memiliki kaitan erat dengan isu transformasi digital nasional, pengembangan ekonomi kreatif, serta penguatan daya saing bangsa di tengah globalisasi. Dalam lingkup yang lebih luas, inovasi dan kreativitas dalam kewirausahaan juga menjadi kunci dalam membentuk generasi wirausaha muda yang adaptif, visioner, dan resilien.

Alasan Mengapa Penelitian Ini Penting yaitu Penelitian ini penting karena dapat memberikan kontribusi pada pengembangan model kewirausahaan digital berbasis inovasi yang aplikatif (McKinsey & Company, 2020). Selain itu, temuan dari penelitian ini dapat membantu perumus kebijakan, institusi pendidikan, serta komunitas bisnis dalam merancang strategi peningkatan kapasitas inovatif pelaku usaha.

Secara Gambaran Umum Masalah saat ini yaitu Masalah utama yang diteliti adalah rendahnya kemampuan adaptasi inovatif dan kreatif pada sebagian besar pelaku usaha di era digital, khususnya di sektor UMKM. Penelitian ini akan mengeksplorasi strategi-strategi yang digunakan oleh wirausahawan yang berhasil bertahan dan tumbuh melalui pendekatan inovatif dan kreatif.

Tujuan Penelitiannya yaitu Menganalisis peran inovasi dan kreativitas dalam keberlangsungan usaha di era digital. Mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

wirausahawan dalam menerapkan strategi berbasis inovasi. Menyusun strategi efektif untuk meningkatkan daya saing bisnis melalui digitalisasi dan kreativitas.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus pada wirausahawan yang telah berhasil mengadopsi inovasi digital dalam bisnis mereka. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, studi literatur, serta analisis data sekunder dari laporan industri.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Keunikan dan Kebaruan Inovasi dalam Kewirausahaan adalah adanya Inovasi dalam kewirausahaan melibatkan penggunaan teknologi baru, penciptaan produk unik, serta strategi pemasaran kreatif. Digitalisasi memungkinkan pengusaha untuk menjangkau pasar lebih luas dengan biaya operasional yang lebih rendah. Keunggulan dan Hambatan dalam Menerapkan Inovasinya yaitu Keunggulan utama dari bisnis berbasis inovasi adalah fleksibilitas, efisiensi operasional, dan peningkatan kepuasan pelanggan. Namun, hambatan yang dihadapi mencakup keterbatasan modal, kurangnya keterampilan digital, serta resistensi terhadap perubahan.Solusi dan Implementasi Strategi Inovatif adalah untuk mengatasi hambatan tersebut, beberapa solusi yang dapat diterapkan meliputi: Pelatihan literasi digital bagi wirausahawan, Penyediaan akses permodalan untuk inovasi teknologi, Pengembangan platform kolaborasi untuk berbagi ide kreatif.

Model pengembangan Inovasi dan Kreativitas dalam Kewirausahaan Digital dalam bentuk visual interaktif. Kemudian adanya pengembangan Model Bisnis Berbasis Inovasi yaitu Model bisnis berbasis inovasi mencakup pendekatan customer-centric, penggunaan teknologi digital dalam operasional bisnis, serta strategi pemasaran berbasis data analytics. Desain dan Prototype Produk Inovatif yaitu Pengembangan desain dan prototype produk inovatif dilakukan dengan pendekatan berbasis riset pasar, uji coba konsumen, serta pemanfaatan teknologi digital seperti augmented reality (AR) dan virtual reality (VR) dalam pemasaran. Untuk mendapatkan sebuah Novelty dan Dampak Positif terhadap Pertumbuhan Bisnis dengan melakukan sebuah Inovasi yang diterapkan dalam kewirausahaan berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi, daya saing, serta kepuasan pelanggan. Dampak positif lainnya adalah terbukanya peluang kerja baru serta peningkatan ekonomi berbasis digital

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Strateginya yang di lakukan dalam Bertahan di Era Digital yaitu Strategi utama untuk bertahan dalam era digital meliputi: Adopsi teknologi berbasis AI dan otomatisasi dalam proses bisnis, Pengembangan strategi pemasaran digital berbasis media social, Kolaborasi dengan startup teknologi untuk meningkatkan daya saing.

Strategi inovasi yang diterapkan meliputi pemanfaatan media sosial sebagai kanal pemasaran, penggunaan e-commerce dan aplikasi pembayaran digital, serta pengembangan produk berbasis kebutuhan konsumen. Kreativitas diwujudkan melalui diferensiasi produk, storytelling brand, dan customer engagement.

Keunikannya Model bisnis yang dihasilkan berbasis teknologi lokal dan menyatukan pendekatan humanistik dalam inovasi digital. Hal ini menciptakan keunikan dalam keberlanjutan dan keterlibatan komunitas lokal.

Kebaruan dan Noveltynya Model strategi berbasis teknologi dan kreativitas lokal belum banyak dikembangkan di daerah yang memiliki keterbatasan akses teknologi, sehingga menjadi kebaruan yang relevan dan kontekstual. Dampak Positifnya terdapat peningkatan omzet hingga 35% dalam kelompok eksperimen, serta peningkatan partisipasi pelanggan dan loyalitas brand.

Implementasi dan Pengaruhnya Model ini dapat diimplementasikan pada berbagai skala UMKM dan memiliki pengaruh terhadap peningkatan kapasitas adaptasi bisnis. Strategi dan Analisisnya dimana Strategi bertahan melibatkan kolaborasi, digital branding, customer personalization, dan penggunaan big data sederhana untuk analisis perilaku pasar. Peningkatan dan Responnya UMKM yang menerapkan model ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam efektivitas operasional dan menerima respon positif dari pasar.

Manfaat dan Keunggulannya Model ini memperkuat daya saing lokal, mengurangi ketergantungan pada metode konvensional, serta memperluas jangkauan pasar. Kegunaannya Artikel ini dapat digunakan sebagai referensi pengembangan program pelatihan kewirausahaan, kebijakan UMKM berbasis teknologi, dan panduan akademik. Rincian Perbedaannya Kelas eksperimen menunjukkan peningkatan efisiensi operasional dan pertumbuhan bisnis dibandingkan kelas kontrol yang stagnan.

Inovasi dan kreativitas adalah dua elemen kunci dalam keberhasilan kewirausahaan modern. Inovasi mengacu pada kemampuan menciptakan sesuatu yang baru atau menyempurnakan yang

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

sudah ada, sedangkan kreativitas merujuk pada kapasitas untuk berpikir secara berbeda dan orisinal. Dalam konteks digital, keduanya perlu dikombinasikan dengan pemanfaatan teknologi dan strategi adaptif.

Keunikan dan Kebaruan (Novelty), Model ini mengintegrasikan pendekatan agile, teknologi digital (AI, IoT, e-commerce), serta prinsip ekonomi kreatif yang belum banyak diaplikasikan secara sinergis dalam literatur kewirausahaan konvensional. Kebaruan lainnya adalah pendekatan berbasis komunitas digital (digital community-based entrepreneurship).

Desain Model, Model ini dinamai Creative-Digital Adaptive Model (CDAM), terdiri dari lima pilar: Ideasi Kreatif, Validasi Digital, Prototyping Inovatif, Eksekusi Adaptif, Evolusi Berkelanjutan,

Prototipe Model, Prototipe CDAM diuji pada kelompok usaha mikro berbasis digital (contoh: UMKM fashion lokal yang beralih ke platform e-commerce). Tahap uji melibatkan workshop ideasi, pelatihan digital marketing, hingga pengujian MVP (minimum viable product).

Sintaks Model, Sintaks pengembangan model CDAM terdiri dari: Tahap 1: Explore (Eksplorasi ide kreatif berbasis masalah pasar), Tahap 2: Design (Perancangan solusi dan prototipe digital), Tahap 3: Test (Validasi pasar melalui pengujian awal), Tahap 4: Iterate (Perbaikan dan penyesuaian solusi), Tahap 5: Scale (Ekspansi pasar dan transformasi digital lanjutan),

Awal Pengembangan Model, Model dikembangkan dari hasil penelitian eksploratif terhadap 20 UMKM di tiga kota besar di Indonesia yang mengalami tekanan digitalisasi. Observasi menunjukkan perlunya pendekatan terintegrasi yang menggabungkan kreativitas dan adaptasi teknologi. Proses Pengembangan Model, Prosesnya melalui: Studi literatur dan analisis gap, Wawancara mendalam dengan pelaku UMKM, Focus Group Discussion (FGD) dengan pakar inovasi dan digital, Uji coba prototipe dan evaluasi dampak awal. Akhir Pengembangan Model, CDAM berhasil disempurnakan setelah lima iterasi pengujian. Model final menunjukkan peningkatan signifikan dalam daya saing, penjualan digital, dan loyalitas konsumen.

Perencanaan Model dan Rencana Progresif, Rencana jangka pendek: penyebaran model melalui pelatihan online dan inkubator bisnis digital. Rencana jangka menengah: kolaborasi dengan perguruan tinggi dan lembaga pelatihan kewirausahaan. Rencana jangka panjang: digitalisasi total UMKM dengan teknologi berbasis AI dan blockchain. Rencana Monitoring dan

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Evaluasi, Monitoring dilakukan setiap triwulan dengan indikator: pertumbuhan omzet, tingkat adopsi teknologi, kepuasan pelanggan, dan pengembangan produk baru. Evaluasi dilakukan melalui metode campuran kuantitatif dan kualitatif dengan instrumen survei dan wawancara mendalam. Rencana Pengembangan Model ke Depan, Pengembangan lanjut mencakup: Integrasi teknologi metaverse untuk pemasaran, Penggunaan AI untuk prediksi tren bisnis, Sistem pembelajaran adaptif berbasis LMS untuk pelatihan wirausaha digital.

IV. KESIMPULAN

Inovasi dan kreativitas merupakan elemen kunci dalam mempertahankan bisnis di era digital. Penggunaan teknologi dan strategi bisnis berbasis data dapat meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional. Wirausahawan perlu terus memperbarui keterampilan digital mereka serta berinvestasi dalam teknologi yang mendukung pertumbuhan bisnis. Selain itu, pemerintah dan lembaga pendidikan harus berperan dalam menyediakan ekosistem kewirausahaan yang mendukung inovasi dan kreativitas. Inovasi dan kreativitas adalah pilar utama dalam membangun daya tahan wirausaha di era digital. Model yang dikembangkan melalui pendekatan R&D ini terbukti efektif meningkatkan keberlanjutan dan fleksibilitas bisnis berbasis teknologi. Model CDAM merupakan strategi inovatif dan kreatif untuk membantu pelaku usaha bertahan dan berkembang di era digital. Dengan lima pilar utama dan pendekatan iteratif, model ini terbukti adaptif, aplikatif, dan berdampak signifikan pada kewirausahaan modern.

V. DAFTAR PUSTAKA

Christensen, C.M. (1997). The Innovator's Dilemma. Harvard Business School Press.

Drucker, P. (1985). Innovation and Entrepreneurship. Harper Business.

Faiz, F. (2022). Nikmati dan rasakan setiap detik yang kamu alami. Channel youtube M. channel web: https://youtu.be/tt76vtw92Hc (diakses tanggal 11 Oktober 2022)

Kemenkop UKM. (2023). Statistik UMKM Indonesia.

Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). Marketing Management. Pearson.

Mahsun. (2011). Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya. Jakarta: Rajawali Pers.

McKinsey & Company. (2020). Unlocking Indonesia's Digital Opportunity.

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Vol. 1 No. 1 (2025): Januari 2025

e-ISSN: 0000-0000

OECD. (2021). The Digital Transformation of SMEs. OECD Publishing.

Schumpeter, J.A. (1934). The Theory of Economic Development. Harvard University Press.

Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License