

Peran Inovasi dan Kreativitas dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha

Iwil Suprianto¹, Angra Melina², Herki³, Dhika Putra⁴

^{1,2,3,4} Universitas Merangin

iwilsuprianto@gmail.com¹, angramelinampde@gmail.com²,
herki2404@gmail.com³, dhikaputra0803@gmail.com⁴

ABSTRACT

Business success in the era of globalization and digital transformation is highly influenced by entrepreneurs' ability to develop innovation and creativity. Increasingly intense business competition requires companies to continuously create products, services, and business strategies that provide added value and meet the evolving needs of consumers. This study aims to analyze the role of innovation and creativity in improving business success and to identify the factors supporting their implementation in business practices. The study employed a qualitative approach using a library research method. Data were collected from scientific books, national and international journal articles, and other relevant academic publications related to innovation, creativity, entrepreneurship, and business success. The data were analyzed using content analysis by comparing theories and findings from previous studies. The findings indicate that innovation and creativity play a significant role in enhancing business competitiveness, creating product differentiation, improving service quality, expanding market share, increasing customer satisfaction, and ensuring business sustainability. Furthermore, the integration of digital technology with creative thinking enhances operational efficiency and enables businesses to adapt more effectively to changes in the business environment. Therefore, innovation and creativity should be integrated into business development strategies to achieve sustainable competitive advantage and long-term economic growth.

Keywords: *Innovation; Creativity; Entrepreneurship; Business Success; Competitiveness.*

ABSTRAK

Keberhasilan suatu usaha pada era globalisasi dan transformasi digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengembangkan inovasi dan kreativitas. Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk terus menciptakan produk, layanan, serta strategi bisnis yang mampu memberikan nilai tambah dan memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berubah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran inovasi dan kreativitas dalam meningkatkan keberhasilan usaha serta mengidentifikasi berbagai faktor yang

mendukung penerapannya dalam dunia bisnis. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (library research). Data diperoleh melalui kajian berbagai buku ilmiah, artikel jurnal nasional dan internasional, serta dokumen ilmiah yang relevan mengenai inovasi, kreativitas, kewirausahaan, dan keberhasilan usaha. Data dianalisis menggunakan teknik analisis isi (content analysis) dengan membandingkan berbagai konsep dan temuan penelitian terdahulu. Hasil kajian menunjukkan bahwa inovasi dan kreativitas memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing usaha, menciptakan diferensiasi produk, meningkatkan kualitas pelayanan, memperluas pangsa pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memperkuat keberlanjutan usaha. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital yang didukung oleh kemampuan berpikir kreatif mampu meningkatkan efisiensi operasional dan mempercepat adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Oleh karena itu, inovasi dan kreativitas perlu menjadi bagian dari strategi utama dalam pengembangan usaha agar mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan mendukung pertumbuhan ekonomi.

Kata Kunci: Inovasi; Kreativitas; Kewirausahaan; Keberhasilan Usaha; Daya Saing.

A. Pendahuluan

Perkembangan dunia usaha pada era globalisasi dan transformasi digital telah menciptakan persaingan yang semakin kompetitif di berbagai sektor ekonomi. Kemajuan teknologi informasi, perubahan perilaku konsumen, serta meningkatnya arus perdagangan global mendorong setiap pelaku usaha untuk mampu beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis yang berlangsung secara cepat dan dinamis (Fadillah, 2015). Perusahaan yang tidak mampu mengikuti perkembangan tersebut akan mengalami kesulitan dalam mempertahankan daya saing, sedangkan perusahaan yang mampu beradaptasi melalui inovasi dan kreativitas memiliki peluang yang lebih besar untuk berkembang dan mencapai keberhasilan usaha (Lestari, 2019).

Keberhasilan usaha tidak lagi hanya diukur dari besarnya keuntungan yang diperoleh, tetapi juga dari kemampuan perusahaan dalam mempertahankan keberlangsungan usaha, meningkatkan kepuasan pelanggan, memperluas pangsa pasar, serta menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan (Imamudin & Ahmadi, 2025). Dalam konteks ini, inovasi dan kreativitas menjadi faktor strategis yang berperan penting dalam meningkatkan kinerja usaha. Inovasi memungkinkan perusahaan menciptakan pembaruan pada produk, jasa, proses produksi, maupun strategi pemasaran sehingga mampu memberikan keunggulan kompetitif. Sementara itu, kreativitas merupakan kemampuan menghasilkan ide-ide baru yang orisinal dan

bernilai sebagai dasar lahirnya inovasi (Elza, 2025).

Menurut teori inovasi yang dikemukakan oleh , inovasi merupakan penggerak utama pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan kombinasi-kombinasi baru dalam kegiatan ekonomi. Konsep tersebut menjelaskan bahwa perusahaan yang terus melakukan inovasi akan memiliki kemampuan lebih baik dalam menghadapi persaingan dan perubahan pasar. Selain itu, menyatakan bahwa inovasi merupakan instrumen utama kewirausahaan untuk menciptakan peluang baru dan meningkatkan nilai ekonomi suatu usaha. Dengan demikian, inovasi bukan sekadar menciptakan produk baru, tetapi juga mencakup pembaruan dalam sistem manajemen, proses bisnis, teknologi, serta pelayanan kepada konsumen.

Kreativitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan inovasi. Menurut , kreativitas merupakan kemampuan menghasilkan ide yang baru, bermanfaat, dan sesuai dengan kebutuhan. Ide-ide kreatif tersebut menjadi dasar bagi terciptanya inovasi yang mampu meningkatkan kualitas produk maupun layanan. Oleh karena itu, perusahaan yang mampu membangun budaya kreativitas akan lebih mudah menghasilkan inovasi yang berkelanjutan serta memiliki daya saing yang lebih kuat dibandingkan pesaingnya.

Di Indonesia, peran inovasi dan kreativitas menjadi semakin penting karena struktur perekonomian nasional didominasi oleh usaha

mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM memberikan kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Namun demikian, banyak UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, rendahnya penguasaan teknologi, minimnya kemampuan manajerial, serta kurang optimalnya pengembangan produk dan strategi pemasaran (Purba et al., 2025). Kondisi tersebut menyebabkan sebagian pelaku usaha mengalami kesulitan untuk meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

Perkembangan teknologi digital sebenarnya telah membuka peluang yang luas bagi pelaku usaha untuk melakukan inovasi. Pemanfaatan media sosial, platform perdagangan elektronik, sistem pembayaran digital, dan teknologi informasi lainnya memungkinkan perusahaan menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif efisien. Akan tetapi, pemanfaatan teknologi tersebut memerlukan kreativitas agar mampu menghasilkan strategi bisnis yang inovatif, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen (Harto et al., 2023). Dengan demikian, keberhasilan usaha pada era digital tidak hanya bergantung pada penggunaan teknologi, tetapi juga pada kemampuan pelaku usaha dalam memadukan teknologi dengan kreativitas dan inovasi.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa inovasi dan kreativitas memiliki pengaruh positif

terhadap keberhasilan usaha. Pelaku usaha yang secara konsisten melakukan inovasi cenderung mampu meningkatkan kualitas produk, memperluas pangsa pasar, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta memperoleh keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan pelaku usaha yang kurang melakukan pembaruan. Selain itu, kreativitas memungkinkan perusahaan menemukan solusi yang efektif terhadap berbagai permasalahan bisnis dan menciptakan diferensiasi produk yang sulit ditiru oleh pesaing. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa inovasi dan kreativitas merupakan aset strategis dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Meskipun demikian, masih terdapat perbedaan hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang paling dominan memengaruhi keberhasilan usaha. Sebagian penelitian lebih menekankan pentingnya inovasi produk, sementara penelitian lainnya menunjukkan bahwa kreativitas sumber daya manusia, inovasi proses, maupun inovasi pemasaran juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kajian mengenai peran inovasi dan kreativitas masih relevan untuk dilakukan, terutama dalam konteks perkembangan dunia usaha yang terus mengalami perubahan akibat kemajuan teknologi dan dinamika pasar.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk

menganalisis peran inovasi dan kreativitas dalam meningkatkan keberhasilan usaha, mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung penerapan inovasi dan kreativitas, serta menjelaskan implikasinya terhadap peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu kewirausahaan serta menjadi referensi bagi pelaku usaha dalam merumuskan strategi bisnis yang inovatif, kreatif, dan berorientasi pada keberhasilan usaha yang berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, inovasi dan kreativitas merupakan faktor penting yang memengaruhi keberhasilan suatu usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif serta perkembangan teknologi yang berlangsung sangat cepat. Perubahan kebutuhan dan preferensi konsumen juga menuntut pelaku usaha untuk terus melakukan pembaruan agar mampu mempertahankan daya saing dan mencapai keberhasilan usaha secara berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk mengkaji secara mendalam mengenai peran inovasi dan kreativitas dalam meningkatkan keberhasilan usaha

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (library research). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk

memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai peran inovasi dan kreativitas dalam meningkatkan keberhasilan usaha melalui analisis berbagai konsep, teori, dan hasil penelitian yang telah dipublikasikan sebelumnya. Metode studi kepustakaan memungkinkan peneliti mengkaji secara sistematis berbagai sumber ilmiah yang relevan sehingga dapat menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai topik penelitian.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Peran Inovasi dan Kreativitas dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha Perkembangan dunia usaha pada era globalisasi dan transformasi digital telah mengubah pola persaingan bisnis secara signifikan. Persaingan tidak lagi hanya didasarkan pada harga produk atau besarnya modal yang dimiliki perusahaan, tetapi juga pada kemampuan pelaku usaha dalam menghasilkan inovasi dan kreativitas yang mampu menciptakan nilai tambah bagi konsumen. Perubahan perilaku masyarakat yang semakin dinamis serta perkembangan teknologi yang sangat cepat menuntut perusahaan untuk terus melakukan pembaruan dalam berbagai aspek bisnis agar mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya. Oleh karena itu, inovasi dan kreativitas menjadi dua faktor strategis yang memiliki peranan sangat penting dalam meningkatkan keberhasilan usaha.

Hasil kajian berbagai literatur menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu menerapkan inovasi secara berkelanjutan memiliki tingkat pertumbuhan yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang hanya mempertahankan cara-cara konvensional dalam menjalankan usahanya. Inovasi memungkinkan perusahaan menghasilkan produk atau jasa yang lebih berkualitas, meningkatkan efisiensi proses produksi, memperbaiki sistem pelayanan, serta menciptakan strategi pemasaran yang lebih efektif. Melalui inovasi tersebut, perusahaan dapat memberikan nilai tambah kepada konsumen sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan sekaligus memperkuat posisi perusahaan dalam menghadapi persaingan pasar.

Menurut teori yang dikemukakan oleh Joseph A. Schumpeter, inovasi merupakan motor penggerak pertumbuhan ekonomi karena mampu menciptakan kombinasi-kombinasi baru dalam kegiatan bisnis. Inovasi tidak hanya terbatas pada penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup pengembangan metode produksi, pembukaan pasar baru, penggunaan bahan baku yang lebih efisien, hingga penerapan sistem organisasi yang lebih efektif. Konsep tersebut menjelaskan bahwa perusahaan yang secara konsisten melakukan inovasi akan lebih mudah menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan bisnis dibandingkan perusahaan yang tidak melakukan pembaruan. Dengan demikian, inovasi menjadi salah satu

faktor utama dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Selain inovasi, kreativitas juga mempunyai peran yang tidak kalah penting dalam menentukan keberhasilan suatu usaha. Kreativitas merupakan kemampuan individu maupun organisasi dalam menghasilkan ide-ide baru yang orisinal, bermanfaat, dan dapat diterapkan untuk menyelesaikan berbagai permasalahan. Dalam dunia kewirausahaan, kreativitas menjadi sumber lahirnya inovasi karena setiap inovasi selalu diawali dengan adanya gagasan kreatif. Pelaku usaha yang memiliki tingkat kreativitas tinggi cenderung lebih mudah menemukan peluang bisnis baru, mengembangkan produk yang berbeda dari pesaing, serta menciptakan strategi pemasaran yang mampu menarik perhatian konsumen.

Pada era digital, kreativitas tidak hanya berkaitan dengan pengembangan produk, tetapi juga mencakup kemampuan memanfaatkan teknologi sebagai sarana pengembangan usaha. Pemanfaatan media sosial, platform perdagangan elektronik, pemasaran digital, serta berbagai aplikasi bisnis menjadi contoh bagaimana kreativitas mampu meningkatkan efektivitas kegiatan usaha. Perusahaan yang mampu mengombinasikan kreativitas dengan teknologi digital akan memiliki peluang yang lebih besar dalam menjangkau konsumen secara lebih luas, meningkatkan efisiensi

operasional, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan.

Hasil berbagai penelitian juga menunjukkan bahwa inovasi memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan daya saing perusahaan. Produk yang inovatif umumnya memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan produk pesaing sehingga mampu memberikan keunggulan kompetitif. Keunggulan tersebut dapat berupa kualitas produk yang lebih baik, desain yang lebih menarik, kemudahan penggunaan, harga yang kompetitif, maupun pelayanan yang lebih memuaskan. Diferensiasi produk melalui inovasi memungkinkan perusahaan memperoleh loyalitas pelanggan yang lebih tinggi sehingga keberhasilan usaha dapat dipertahankan dalam jangka panjang.

Kreativitas juga berkontribusi terhadap peningkatan kemampuan perusahaan dalam menghadapi berbagai tantangan bisnis. Perubahan kondisi ekonomi, meningkatnya persaingan, perubahan selera konsumen, maupun perkembangan teknologi sering kali menimbulkan berbagai permasalahan yang harus segera diatasi oleh pelaku usaha. Kemampuan berpikir kreatif memungkinkan perusahaan menemukan solusi yang lebih efektif, efisien, dan inovatif sehingga berbagai tantangan tersebut dapat diubah menjadi peluang untuk berkembang.

Dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), inovasi dan kreativitas memiliki arti

yang sangat penting. UMKM sering kali memiliki keterbatasan modal, sumber daya manusia, maupun teknologi dibandingkan perusahaan besar. Oleh karena itu, kreativitas menjadi modal utama bagi pelaku UMKM untuk menciptakan produk yang unik dan memiliki nilai jual tinggi. Banyak UMKM di Indonesia berhasil berkembang karena mampu memanfaatkan bahan baku lokal, mengembangkan desain produk yang menarik, memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, serta membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan usaha tidak selalu ditentukan oleh besarnya modal, tetapi juga oleh kemampuan menciptakan inovasi dan memanfaatkan kreativitas secara optimal.

Berdasarkan hasil kajian tersebut dapat dipahami bahwa inovasi dan kreativitas merupakan dua faktor yang saling melengkapi dalam meningkatkan keberhasilan usaha. Kreativitas menghasilkan gagasan baru, sedangkan inovasi mengubah gagasan tersebut menjadi produk, layanan, maupun strategi bisnis yang memberikan manfaat ekonomi. Perusahaan yang mampu mengembangkan kedua aspek tersebut secara berkelanjutan akan memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis, meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, serta mencapai pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa inovasi dan kreativitas merupakan dua faktor yang memiliki peran sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat dan perubahan lingkungan yang berlangsung secara cepat. Inovasi tidak hanya dimaknai sebagai penciptaan produk atau jasa baru, tetapi juga mencakup pembaruan dalam proses produksi, strategi pemasaran, model bisnis, pemanfaatan teknologi, serta sistem manajemen yang mampu memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan konsumen. Sementara itu, kreativitas merupakan kemampuan untuk menghasilkan ide, gagasan, maupun solusi yang baru, orisinal, dan bermanfaat sebagai dasar terciptanya inovasi. Kedua aspek tersebut saling berkaitan dan menjadi fondasi utama dalam membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Hasil kajian menunjukkan bahwa perusahaan atau pelaku usaha yang mampu mengembangkan inovasi secara berkelanjutan memiliki peluang yang lebih besar untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan, memperluas pangsa pasar, meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan, memperkuat citra perusahaan, dan meningkatkan efisiensi operasional. Inovasi juga memungkinkan perusahaan beradaptasi dengan perkembangan teknologi, perubahan perilaku konsumen, serta dinamika pasar

yang terus berkembang. Di sisi lain, kreativitas memberikan kemampuan kepada pelaku usaha untuk melihat peluang dari berbagai tantangan, menciptakan diferensiasi produk, mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, serta menghasilkan solusi terhadap berbagai permasalahan bisnis. Dengan demikian, keberhasilan usaha tidak hanya dipengaruhi oleh besarnya modal, tetapi juga oleh kemampuan sumber daya manusia dalam berpikir kreatif dan menerapkan inovasi secara konsisten.

Dalam konteks perkembangan ekonomi digital, inovasi dan kreativitas menjadi semakin penting karena pemanfaatan teknologi telah mengubah cara perusahaan menjalankan aktivitas bisnis. Penggunaan media sosial, platform perdagangan elektronik, sistem pembayaran digital, serta berbagai aplikasi berbasis teknologi memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. Namun, teknologi hanya akan memberikan manfaat optimal apabila didukung oleh kreativitas dalam menciptakan strategi bisnis yang sesuai dengan kebutuhan pasar serta kemampuan berinovasi dalam menghasilkan produk dan layanan yang bernilai tambah. Oleh karena itu, integrasi antara teknologi, inovasi, dan kreativitas menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha pada era digital.

Bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), inovasi dan kreativitas juga memiliki peran yang sangat strategis dalam meningkatkan keberlanjutan usaha. Keterbatasan modal, sumber daya manusia, maupun teknologi dapat diatasi melalui kemampuan menciptakan produk yang unik, meningkatkan kualitas layanan, memanfaatkan pemasaran digital, serta membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Dengan demikian, inovasi dan kreativitas dapat menjadi kekuatan utama bagi UMKM untuk bersaing tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga di tingkat nasional bahkan internasional.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa inovasi dan kreativitas merupakan faktor strategis yang berkontribusi terhadap peningkatan keberhasilan usaha. Pelaku usaha yang mampu mengembangkan budaya inovasi, mendorong kreativitas sumber daya manusia, serta memanfaatkan perkembangan teknologi secara optimal akan memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menghadapi persaingan, menciptakan keunggulan kompetitif, dan mempertahankan keberlangsungan usahanya dalam jangka panjang. Oleh karena itu, pengembangan inovasi dan kreativitas perlu menjadi bagian dari strategi utama setiap organisasi maupun pelaku usaha untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan serta memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan daya saing ekonomi nasional.

Selain memberikan manfaat praktis bagi pelaku usaha, hasil penelitian ini juga memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu kewirausahaan dengan memperkuat pemahaman mengenai hubungan antara inovasi, kreativitas, dan keberhasilan usaha. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi akademisi, peneliti, pemerintah, maupun pelaku usaha dalam merancang kebijakan, strategi, dan program pengembangan kewirausahaan yang lebih inovatif. Ke depan, penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji hubungan antara inovasi, kreativitas, dan keberhasilan usaha menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran (mixed methods) dengan melibatkan berbagai sektor industri dan wilayah yang lebih luas sehingga diperoleh hasil yang lebih komprehensif serta dapat digeneralisasikan. Dengan demikian, pengembangan inovasi dan kreativitas diharapkan mampu menjadi salah satu pilar utama dalam menciptakan dunia usaha yang tangguh, berdaya saing tinggi, dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah Swt. atas segala rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga artikel ilmiah yang berjudul "Peran Inovasi dan Kreativitas dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha" ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penyusunan artikel ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing dan seluruh dosen Program Studi yang telah memberikan ilmu, arahan, kritik, dan saran yang sangat bermanfaat selama proses penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada pihak institusi atau perguruan tinggi yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas sehingga proses penulisan dapat terlaksana dengan baik.

Rasa terima kasih yang tulus penulis persembahkan kepada kedua orang tua dan keluarga tercinta atas doa, kasih sayang, dukungan moral maupun material, serta semangat yang tidak pernah putus selama proses penyusunan artikel ini. Dukungan tersebut menjadi motivasi yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian dan penulisan artikel ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada rekan-rekan mahasiswa, sahabat, serta semua pihak yang telah memberikan masukan, motivasi, dan bantuan selama proses penyusunan artikel. Setiap dukungan yang diberikan menjadi bagian penting dalam penyempurnaan karya ilmiah ini.

Penulis menyadari bahwa artikel ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat

membangun dari berbagai pihak demi penyempurnaan penelitian pada masa mendatang. Semoga artikel ini dapat memberikan manfaat, menambah wawasan dalam bidang kewirausahaan, serta menjadi referensi bagi akademisi, pelaku usaha, dan peneliti yang tertarik mengkaji peran inovasi dan kreativitas dalam meningkatkan keberhasilan usaha.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat menjadi masukan bagi berbagai pihak. Bagi pelaku usaha, inovasi dan kreativitas hendaknya dijadikan sebagai budaya kerja yang diterapkan secara berkelanjutan dalam setiap aspek kegiatan bisnis. Pelaku usaha perlu terus meningkatkan kemampuan dalam mengembangkan produk, memperbaiki kualitas layanan, memanfaatkan teknologi digital, serta menciptakan strategi pemasaran yang adaptif terhadap perubahan kebutuhan dan preferensi konsumen. Selain itu, peningkatan kompetensi melalui pelatihan, seminar, maupun kegiatan pengembangan kewirausahaan juga perlu dilakukan agar kemampuan berinovasi dan berpikir kreatif dapat terus berkembang.

Bagi pemerintah dan lembaga terkait, diharapkan dapat memperkuat dukungan terhadap pengembangan inovasi dan kreativitas, khususnya bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM),

melalui penyediaan program pelatihan, pendampingan usaha, akses pembiayaan, serta kemudahan dalam pemanfaatan teknologi digital. Sinergi antara pemerintah, perguruan tinggi, dunia usaha, dan masyarakat diharapkan mampu menciptakan ekosistem kewirausahaan yang inovatif dan berdaya saing sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan membuka lebih banyak peluang kerja.

Bagi perguruan tinggi dan lembaga pendidikan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam mengembangkan pembelajaran kewirausahaan yang lebih aplikatif. Mahasiswa perlu didorong untuk mengembangkan kreativitas, kemampuan berpikir kritis, serta keterampilan berinovasi melalui berbagai kegiatan akademik maupun praktik kewirausahaan sehingga mampu menjadi wirausahawan yang siap menghadapi tantangan dunia usaha.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, kualitatif lapangan, atau metode campuran (mixed methods) sehingga diperoleh hasil yang lebih komprehensif. Penelitian berikutnya juga dapat mengkaji pengaruh inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada sektor industri tertentu, seperti UMKM, industri kreatif, ekonomi digital, maupun perusahaan berbasis teknologi, dengan melibatkan jumlah responden yang lebih luas serta mempertimbangkan variabel lain, seperti orientasi

kewirausahaan, transformasi digital, kemampuan adaptasi, dan keunggulan kompetitif. Dengan demikian, hasil penelitian di masa mendatang diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih besar bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun praktik kewirausahaan.

E. Daftar Pustaka

- Alkusani, A., & Ilmafa'ati, R. (2021). The influence of entrepreneurship, creativity and business location on business success. *Innovation Research Journal*, 2(1), 51–64.
<https://doi.org/10.30587/innovation.v2i1.2397>
- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context*. Westview Press.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row.
- Felix. (2021). Orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovatif terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(3), 218–223.
<https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i3.11861>
- Hasanah, R. U., Maarif, M. S., Zulbainarni, N., & Affandi, M. J. (2021). The use of Soft System Methodology to build a conceptual model for strengthening innovation of entrepreneurs in coastal area of Jakarta. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 7(2).
<https://doi.org/10.17358/ijbe.7.2.119>
- Harahap, A. P. (2024). Peran kreativitas dan inovasi dalam keberhasilan kewirausahaan: Tinjauan literatur. *Balance: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 3(3).
<https://doi.org/10.59086/jam.v3i3.360>
- Panjaitan, R., Adam, E., & Hasan, M. (2023). Improving entrepreneurial satisfaction through creativity and intellectual agility-resonance: Evidence from Indonesia. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 25(2), 167–189.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A., & Swedberg, R. (2021). *The theory of economic development*. Routledge.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Suryana. (2019). Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses (Edisi 5). Salemba Empat.
- Suryani, N. K., Dewi, L. K. C., & Foeh, J. E. (2021). Business creation through creativity and innovation among students. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 8(2), 225–236. <https://doi.org/10.24252/minds.v8i2.20981>
- Sya'bania, A., Febriani, A. W., Supeno, B., & Sudarmiatin. (2022). Innovation and creativity in entrepreneurship: A bibliometric analysis. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*, 7(2), 193–205.
- Tambunan, T. T. H. (2021). UMKM di Indonesia: Perkembangan, kendala, dan tantangan. Prenada Media.
- Tobari. (2021). Kewirausahaan dan inovasi. Penerbit NEM.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). *Essentials of entrepreneurship and small business management*. Pearson Education.