



Fitriani Lubis¹
Agape Anjumarito
Panjaitan²
Tria Wulandari³
Eya Az Zahra
Nasution⁴
Yohana Tirta Widia
Swari⁵

MENCIPTAKAN PELUANG BISNIS BERDASARKAN KREATIVITAS DAN PENGEMBANGAN USAHA BERWIRAUSAHA MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI MEDAN

Abstrak

Artikel ini mengeksplorasi pentingnya kreativitas mahasiswa dalam menciptakan peluang bisnis yang inovatif. Dengan memanfaatkan ide-ide yang menghasilkan daya cipta, mahasiswa Sarjana Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan dapat berperan penting dalam menemukan dan mengembangkan potensi bisnis yang belum tergali. Artikel ini menunjukkan kepada mahasiswa bagaimana menjadi kreatif dan mengembangkan konsep bisnis yang unik dan menarik. Fokusnya adalah bagaimana kreativitas dapat menjadi elemen kunci dalam membuka peluang baru, mendorong pertumbuhan bisnis, dan memberikan dampak positif terhadap perekonomian. Pendekatan ini mendorong mahasiswa untuk memandang peluang bisnis sebagai suatu hal yang belum dieksplorasi, dan diharapkan kreativitas dapat menjadi katalis inovasi dalam dunia kewirausahaan.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Kreativitas Mahasiswa, Dan Peluang Usaha

Abstract

This article explores the importance of student creativity in creating innovative business opportunities. By utilizing ideas that generate inventiveness, Bachelor of Accounting students of the Faculty of Economics, Medan State University can play an important role in discovering and developing untapped business potential. This article shows students how to be creative and develop unique and interesting business concepts. The focus is on how creativity can be a key element in unlocking new opportunities, driving business growth, and positively impacting the economy. This approach encourages students to view business opportunities as unexplored, and hopefully creativity can be a catalyst for innovation in the world of entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurship, Student Creativity, And Business Opportunities

PENDAHULUAN

Menciptakan peluang bisnis berbasis kreativitas bagi mahasiswa merupakan cara inovatif untuk memanfaatkan bakat kreatif generasi muda. Berdasarkan data Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (Kemendikbud Ristek), jumlah siswa di Indonesia diperkirakan mencapai 9,32 pada tahun 2022, meningkat 4,02% dibandingkan tahun lalu sebanyak 8,96 juta. Kewirausahaan merupakan suatu konsep yang mendorong individu untuk memulai usaha. Niat adalah keinginan khusus seseorang untuk melakukan sesuatu atau bertindak. Hal ini merupakan hasil pola pikir yang mengendalikan perilaku seseorang (Parker, 2004). Kewirausahaan adalah tentang menciptakan sesuatu yang baru, menginvestasikan waktu dan usaha yang diperlukan, dan mengambil risiko ekonomi, fisik, dan sosial yang terkait, dan hasil finansial serta kepuasan dan kebebasan pribadi adalah proses menerima (Hisrich, Peters & Stheperd, 2008). Salah satu subsektor industri kreatif adalah sektor kerajinan. Salah satu subsektor industri kreatif adalah sektor kerajinan. Belakangan ini perkembangan kerajinan tangan khususnya aksesoris semakin digemari. Hal ini dikarenakan gaya hidup yang semakin modern dan modis, serta adanya keinginan untuk tampil lebih menarik. Secara umum, UMKM

^{1,2,3,4,5}Akuntansi, Universitas Negeri Medan

email: fitrifbs@unimed.ac.id, agapeanjumaritopanjaitan@gmail.com, tria9109@gmail.com, eyaazahra708@gmail.com, yohanasimamora376@gmail.com

bukannya tanpa permasalahan sebagai pemberi kerja. Permasalahan ini dapat berdampak pada kelangsungan usaha. Permasalahan yang umum muncul dalam pengelolaan dan pengembangan usaha antara lain, namun tidak terbatas pada, aksesibilitas dan pengendalian, permodalan, teknologi, bahan baku, kegiatan pemasaran, birokrasi dan kemitraan (Abdurrahman et al., 2018). Hal ini juga dilakukan dalam skala mikro oleh semua perusahaan (Silalahi, et al., 2020). Manajemen merupakan hal terpenting dalam penciptaan dan pengembangan usaha (Kusinwati, 2019).

Pengembangan usaha sebagai bentuk proses suatu usaha atau bisnis bisa berkembang menjadi lebih besar agar tetap bertahan di tengah persaingan usaha yang semakin ketat (Sri et al., 2019). Pengembangan usaha berarti meningkatkan jumlah kegiatan, mengembangkan produk dan penjualan, meningkatkan keuntungan, meningkatkan nilai produk, manfaat produk, dan saluran produk (Karyoto, 2021). Peluang bisnis berbasis kreativitas juga sangat menjanjikan bagi mahasiswa, apalagi mereka seringkali memiliki ide-ide segar dan kemampuan beradaptasi yang tinggi terhadap perubahan tren. Salah satu peluang usaha yang banyak digemari adalah pada sektor fashion dan merchandise, sektor ini juga mempunyai potensi serupa. Mahasiswa yang tertarik dengan dunia fashion dapat menciptakan merek pakaian dan aksesoris yang unik, menarik, dan sesuai dengan fashion anak zaman sekarang. Produk seperti kaos custom, tas jinjing, dan aksesoris buatan tangan adalah pilihan populer di kalangan pelajar yang ingin mengekspresikan kreativitas mereka melalui bisnis. Motivasi seseorang menjadi wirausaha dibedakan menjadi tiga aspek: mencari kebebasan, lebih bebas beraktivitas, memulai usaha sendiri, semakin terkenal, ide-ide baru. mengembangkan hobi dalam bisnis, pemenuhan diri, mendapatkan kedudukan yang lebih baik di masyarakat, merasakan tantangan, memotivasi dan memimpin orang lain, meneruskan tradisi keluarga, mempunyai ide seiring dengan faktor tekanan, menjadi pengangguran, mendapatkan penghasilan yang lebih baik, tidak puas dengan pekerjaan, mengikuti orang lain, melakukan sesuatu atau menjadi inovatif (Venesaar, 2006).

METODE

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana kreativitas mahasiswa dapat dimanfaatkan untuk menciptakan peluang bisnis yang inovatif di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Medan. Penelitian ini menggabungkan Metode Kualitatif pendekatan deskriptif dan Metode Eksperimental.

1. Metode Kualitatif

Dengan menggunakan Metode Penelitian Kualitatif pendekatan deskriptif ini akan mengarahkan wawancara mendalam kepada beberapa objek (narasumber). Metode wawancara ini dilakukan kepada beberapa mahasiswa yang berwirausaha di Universitas Negeri Medan. Mereka diwawancarai untuk mengetahui kapan peluang usaha itu muncul, kreativitas apa yang dilakukan oleh mereka ketika mendapatkan peluang untuk berwirausaha.

2. Metode Eksperimental

Dengan menerapkan metode penelitian eksperimental, kita dapat mengeksplorasi peluang bisnis yang muncul dari kreativitas mahasiswa. Pendekatan ini memungkinkan identifikasi dan pengujian ide-ide inovatif secara sistematis, yang kemudian menjadi landasan pengembangan bisnis baru. Melibatkan mahasiswa dalam eksperimen bisnis tidak hanya membantu meningkatkan keterampilan kreatif mereka, tetapi juga menyediakan dasar ilmiah untuk menilai potensi keberhasilan ide-ide bisnis yang dihasilkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Peluang Usaha

Peluang usaha merupakan kesempatan atau situasi yang memungkinkan individu atau organisasi untuk memanfaatkan sumber daya yang tersedia guna menciptakan usaha baru yang memiliki potensi menghasilkan keuntungan. Konsep tersebut lahir dari pemahaman mendalam akan kebutuhan pasar yang belum terpenuhi dan kemampuan menyediakan produk dan layanan yang memecahkan permasalahan konsumen.

Menurut berbagai ahli, peluang usaha melibatkan kemampuan untuk menemukan celah atau kekosongan di pasar. Zimmerer menyatakan bahwa peluang usaha berasal dari ide-ide

kreatif yang mampu menciptakan profit, dan ide ini harus dapat memenuhi kebutuhan yang belum disadari oleh pasar. Suryana memperkuat pandangan ini dengan menegaskan pentingnya melakukan analisis mendalam sebelum mengambil keputusan bisnis, agar peluang yang tersedia dapat diubah menjadi bisnis yang menguntungkan secara nyata.

Dalam pengembangan usaha, Alma menyatakan bahwa peluang usaha merupakan sebuah kesempatan yang dapat dimanfaatkan untuk memulai atau mengembangkan sebuah bisnis berdasarkan kemampuan seseorang dalam memahami lingkungan bisnis dan mencari solusi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Bygrave dan Hofer juga menggarisbawahi bahwa peluang usaha kerap muncul dari perubahan eksternal seperti teknologi atau sosial, yang memberikan ruang bagi inovasi baru untuk masuk ke pasar. Robbins dan Coulter mempertegas, bahwa peluang usaha ini memerlukan visi serta kemampuan untuk memanfaatkan tren dan teknologi yang sedang berkembang, dengan tujuan menciptakan bisnis yang kompetitif dan berkelanjutan.

Ada juga berbagai aspek yang perlu dipertimbangkan ketika datang ke peluang bisnis. Elemen kuncinya mencakup mengidentifikasi kebutuhan pasar, menganalisis perubahan teknologi, dan perubahan sosial dan demografi. Peluang bisnis tidak hanya mengacu pada ide-ide baru, tetapi juga seberapa baik ide-ide tersebut dapat diimplementasikan pada waktu yang tepat, dengan sumber daya yang memadai dan kemampuan untuk menciptakan keunggulan kompetitif di pasar. Oleh karena itu, pengusaha sukses harus mampu mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang secara strategis sebelum hilang atau dimanfaatkan oleh pihak lain.

Secara keseluruhan, peluang bisnis merupakan kombinasi dari ide-ide inovatif dan kemampuan melakukan analisis pasar secara menyeluruh. Bagi calon wirausaha, penting untuk memahami kondisi eksternal di mana keuntungan dapat diperoleh dan melaksanakannya dengan sumber daya yang memadai dan pada waktu yang tepat.

Pengertian Kreativitas

Kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru, orisinal, dan berguna yang dapat diterapkan dalam berbagai situasi seperti seni, sains, bisnis, dan kehidupan sehari-hari. Kreativitas bukan hanya tentang menciptakan sesuatu yang benar-benar baru, tetapi juga tentang menemukan solusi baru terhadap permasalahan yang ada dan meningkatkan produk dan proses yang sudah ada. Pengertian kreativitas ini mencakup proses berpikir yang fleksibel, terbuka, dan mampu beradaptasi dengan situasi baru dan ide-ide yang tidak konvensional.

Guilford (1950) adalah salah satu tokoh awal yang secara sistematis meneliti kreativitas. Menurutnya, kreativitas adalah bagian dari kemampuan berpikir divergen, yaitu kemampuan untuk menghasilkan banyak ide atau solusi untuk suatu masalah. Kemampuan ini berbeda dengan berpikir konvergen, yang lebih fokus pada menemukan satu jawaban yang benar. Kreativitas, dalam pandangan Guilford, melibatkan kebebasan untuk mengeksplorasi berbagai kemungkinan dan gagasan tanpa terikat pada satu solusi.

Sternberg dan Lubart (1999) mengembangkan Investment Theory of Creativity, yang menggambarkan kreativitas sebagai tindakan "membeli rendah dan menjual tinggi" dalam hal ide. Kreatif individu cenderung memilih ide-ide yang belum diakui oleh orang lain, mengembangkan ide tersebut hingga menjadi sesuatu yang bernilai, dan kemudian meyakinkan orang lain untuk menerima ide tersebut. Menurut mereka, kreativitas memerlukan kombinasi dari enam sumber utama: keterampilan intelektual, pengetahuan, gaya berpikir, kepribadian, motivasi, dan lingkungan yang mendukung.

Dapat disimpulkan bahwa kreativitas tidak hanya ditentukan oleh kemampuan kognitif saja, namun juga oleh berbagai faktor lain, seperti lingkungan, motivasi, dan keahlian pada bidang tertentu. Lingkungan yang mendukung seperti keluarga, sekolah, dan tempat kerja yang terbuka terhadap ide-ide baru sangat penting untuk pengembangan kreativitas. Selain itu, motivasi intrinsik, dorongan untuk menciptakan sesuatu karena kepentingan pribadi, juga merupakan faktor penting yang mendorong proses kreatif. Kreativitas juga mencakup keberanian menghadapi kegagalan. Banyak orang kreatif seringkali menghadapi tantangan, penolakan, bahkan kegagalan ketika mencoba ide-ide baru. Namun mereka tetap bertahan karena proses kreativitas sering kali merupakan proses coba-coba, dan kegagalan adalah bagian dari pembelajaran berinovasi.

Inovasi Produk Mahasiswa sebagai Hasil Penelitian

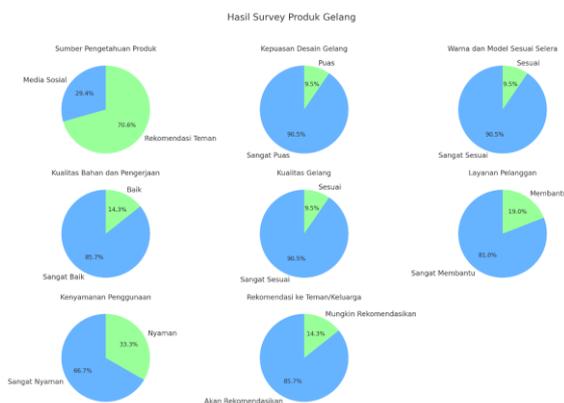
Kami mempersembahkan inovasi yang menarik yaitu gelang manik dengan menghabiskan Rp200.000,00 untuk modal awal. Biaya tersebut mencakup pembelian perlengkapan dasar seperti manik-manik, senar, dan bahan lain seperti kemasan. Kami memfokuskan untuk membuatnya terlihat bersih dan rapi, karena barang yang terlihat bersih akan terlihat lebih baik. dan memiliki kualitas yang lebih tinggi. Serta memastikan setiap gelang dibungkus dalam kemasan yang baik dan ramah dikantong mahasiswa. Dalam proses produksi, penting juga untuk mempertimbangkan efisiensi waktu dan kualitas. Salah satunya dengan melakukan pemeriksaan untuk menjamin semua barang dalam kondisi sempurna sebelum dijual ke konsumen.



Gambar 1. Produk Gelang

Dalam penjualan, kami menerapkan dua strategi utama yaitu penjualan secara langsung kepada mahasiswa di lingkungan kampus dan melalui platform digital, khususnya Instagram. Untuk penjualan langsung, kami memilih lokasi strategis yang ramai mahasiswa yang memungkinkan interaksi langsung dengan pembeli. Untuk penjualan melalui Instagram kami membuat akun Instagram dengan username @agpgemscelestial_ yang berisi promosi menarik melalui fitur story dan reels. Tujuannya untuk menjangkau konsumen yang lebih luas diluar kampus.

Agar memperoleh keuntungan kami menetapkan harga jual sebesar Rp10.000,00/pcs. Harga yang kami tetapkan dinilai cukup terjangkau bagi mahasiswa namun tetap memberikan margin keuntungan yang memadai. Kami berhasil menjual produk dengan total keuntungan mencapai Rp750.000,00 dalam 2 minggu penjualan. Angka ini menunjukkan potensi yang menjanjikan dalam usaha, dengan permintaan yang cukup tinggi di kalangan mahasiswa.



Gambar 2. Diagram Hasil Survey Produk Gelang

Dari hasil survey yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa produk gelang manik kami mampu menarik perhatian konsumen. Banyak konsumen mengetahui produk ini melalui rekomendasi dari teman dan menyatakan kepuasannya terhadap desain, kesesuaian warna, serta kualitas bahan dan pengerjaan. Sebagian besar konsumen sangat puas dengan desain dan

kualitas gelang kami, dan layanan pelanggan kami juga sangat dipuji. Banyak pelanggan yang mengatakan bahwa gelang mutiara ini sangat nyaman dipakai dan akan merekomendasikannya kepada teman dan keluarganya. Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa usaha yang kami buat memenuhi harapan konsumen dan memiliki potensi besar untuk pertumbuhan pasar lebih lanjut.

Di balik keberhasilan awal ini, kami menghadapi beberapa tantangan yang harus diatasi untuk pembangunan jangka panjang. Salah satu tantangan terbesarnya adalah pengelolaan inventaris, terutama menjaga ketersediaan bahan baku yang sulit diprediksi. Dengan meningkatnya persaingan, kami juga perlu meningkatkan visibilitas kami di media sosial. Oleh karena itu, kami harus menemukan cara untuk membuat produk kami lebih terlihat dengan strategi pemasaran yang lebih baik di platform seperti Instagram.

SIMPULAN

Tantangan yang dihadapi para wirausaha di era global saat ini semakin kompleks. Mengelola perubahan pasar dan memperoleh keunggulan kompetitif memerlukan keterampilan kewirausahaan dan kemampuan berpikir kreatif. Kreativitas mahasiswa berperan penting dalam mengatasi tantangan kewirausahaan. Hal ini memungkinkan kami mengidentifikasi kesenjangan pasar yang belum dimanfaatkan dan menawarkan solusi unik melalui produk dan layanan baru. Keberanian menghadapi risiko dan memanfaatkan peluang bisnis adalah kunci bagi wirausaha. Lingkungan digital, terutama melalui toko online, membuka peluang baru dengan memudahkan proses transaksi serta memperluas akses pasar bagi para pelaku usaha. Keberhasilan bisnis bergantung pada manajemen yang efektif, kreativitas, dan kemampuan beradaptasi.

Dalam pengembangan bisnis, kreativitas juga membantu siswa mengembangkan strategi pemasaran dan penjualan yang inovatif, seperti penggunaan platform digital untuk memperluas jangkauan konsumen. Terlepas dari tantangan seputar manajemen inventaris dan visibilitas produk, peluang yang diciptakan oleh kreativitas memiliki potensi besar untuk pertumbuhan jangka panjang. Dengan pengetahuan yang memadai dan keyakinan akan kemampuan mereka untuk menghadapi tantangan yang ada, wirausahawan dapat membuat semua rencana yang diperlukan untuk kesuksesan bisnis. Secara keseluruhan, kreativitas merupakan landasan penting bagi mahasiswa untuk menjadi penggerak inovasi, berkontribusi terhadap perekonomian, dan membangun usaha yang berkelanjutan dan kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2013). *Kewirausahaan*. Alfabeta.
- Bygrave, W. D., & Hofer, C. W. (1991). Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 13–22.
- Guilford, J. P. (1950). Creativity. *American Psychologist*, 5(9), 444–454.
- Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (2002). *Entrepreneurship*. McGraw-Hill.
- Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M. (2004). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice*. Cengage Learning.
- Mutiara Deviena Dwi Putri et al. (2023). Pengelolaan dan pengembangan usaha aksesoris Tjorak Mootera di Bandung. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 25–32. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v3i1.2029>
- Pradita Nindya Aryandha, & Chandra Wisnu Utomo. (2022). Pengembangan usaha mahasiswa berwirausaha (studi kasus di Program Studi Manajemen Universitas Islam Indonesia). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, 2(2), 111–119. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v2i2.173>
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2016). *Management*. Pearson.
- Scarborough, N. M., & Zimmerer, T. W. (2008). *Effective small business management*. Pearson.
- Sembiring, D. R. (2018). Pengantar bisnis. *Seiko*, 1(1), 256. www.prenandamedia.com
- Seprillina, L., Qurrata, V. A., Narmaditya, B. S., & Sarkaji, S. R. B. (2021). Dari teori ke praktik: Kesadaran mahasiswa berwirausaha dan peningkatan skala bisnis usaha. *Jurnal Karinov*, 4(2), 76–81. <https://dataindonesia.id/pendidikan/detail/jumlah-mahasiswa-indonesia-sebanyak-932-juta-orang-pada-2022>

- Sternberg, R. J., & Lubart, T. I. (1999). The concept of creativity: Prospects and paradigms. Dalam R. J. Sternberg (Ed.), *Handbook of creativity* (pp. 3–15). Cambridge University Press.
- Suryana, S. (2010). *Kewirausahaan: Keterampilan memulai usaha*. Salemba Empat.
- Wangania, D., Tarandung, C., Patiro, A., Rembet, N., Wangania, T., Tumiwa, O., Lutia, E., Mamuko, D., Nusa, R., & Katulung, H. (2024). Menciptakan peluang bisnis berdasarkan kreativitas mahasiswa Universitas Teknologi Sulawesi Utara. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(3), 01–08. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i3.849>
- Zimmerer, T. W. (2010). *Essentials of entrepreneurship and small business management*. Pearson.
- Zr, J., Munadia, K., Lubis, S. A., & Keling, M. (2023). Peluang usaha sebagai kreativitas mahasiswa untuk berwirausaha. *Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 89–95.