

Peran Inovasi dan *Market Sensitivity* Dalam Bisnis yang berkelanjutan: *Single case Study* pada Entrepreneur Muda

Jayadi

Wirawan ED Radianto

Program Studi Akuntansi

Universitas Ciputra, Surabaya, Indonesia

wirawan@ciputra.ac.id

Abstrak - Studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana karakter inovatif dan *market sensitivity* mampu untuk merintis dan mengembangkan bisnis. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan *single case study strategy* dapat dibuktikan bahwa tidak hanya itu kedua karakter tersebut mampu untuk mengembangkan bisnis namun ternyata mampu untuk meningkatkan keberlanjutan bisnis. Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya pembelajaran untuk meningkatkan kemampuan berinovasi dan melihat kesempatan agar mampu untuk mengembangkan bisnis serta memampukan terciptanya *sustainable business*.

Kata kunci: *innovative, market sensitivity, entrepreneurship, sustainability*

I. Latar Belakang

Saat ini pendidikan entrepreneurship sangat penting di Indonesia. Melalui entrepreneurship akan diciptakan pengusaha muda yang akan membuka lapangan pekerjaan sehingga mampu mengurangi pengangguran yang pada akhirnya menurunkan jumlah kemiskinan di Indonesia. Sejarah membuktikan bahwa usaha kecil lebih kuat bertahan dalam krisis ekonomi yang terjadi, sehingga Indonesia membutuhkan banyak usaha kecil dan menengah agar mampu menciptakan kekuatan ekonomi di Indonesia. Berikutnya adalah peran entrepreneur untuk mengelola kekayaan alam yang begitu besar di Indonesia. Melalui peningkatan jumlah entrepreneur diharapkan semakin banyak pengusaha di Indonesia yang mampu untuk mengolah dan mengelola sumberdaya alam sehingga memiliki nilai tambah yang mampu meningkatkan ekonomi nasional.

Sudah cukup banyak lembaga pendidikan baik formal dan nonformal yang menyelenggarakan pendidikan entrepreneurship. Namun demikian masih sangat

banyak pendidikan tersebut yang hanya memberikan pengetahuan tentang entrepreneurship (*to know entrepreneur*) bukan pendidikan untuk menjadikan entrepreneur (*to become entrepreneur*). Heru dalam Sahana (2011) menyatakan pendidikan entrepreneurship sampai saat ini masih menjadi pelengkap sehingga masih saja berkutat pada konteks pengetahuan dan masih sedikit sekali ketrampilan. Oleh karena itu pendidikan entrepreneurship harus diberikan melalui metoda yang berbeda dengan pendidikan saat ini. Pendidikan entrepreneurship harus merupakan pendidikan yang mampu memberikan pengalaman langsung kepada peserta didik menjadi entrepreneur. Oleh karena itu metode *experiential based learning* dengan *strategy project based learning* merupakan salah satu metode terbaik untuk pendidikan entrepreneurship. Melalui metode tersebut karakter entrepreneur akan terbentuk misalnya *passion, creative-innovatif, market sensitivity, calculate risk taking, independent*, dll. (Tanan, 2008).

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana karakter inovasi dan *market sensitivity* tidak hanya mampu mempertahankan namun juga mengembangkan bisnis mahasiswa. Makalah ini terbagi dalam beberapa bagian. Bagian berikutnya merupakan latar belakang bisnis, karakter inovasi dan *market sensitivity*, metode penelitian dan dilanjutkan dengan pembahasan dan diskusi, dan kesimpulan.

II. Latar Belakang Bisnis

Bisnis ini dibentuk oleh lima orang mahasiswa yang merupakan salah satu bentuk perkuliahan matakuliah entrepreneurship project. Mereka memilih untuk bisnis elektronik yaitu bisnis cell-phone. Beberapa alasan mereka yaitu saat ini teknologi mengalami perkembangan yang

paling cepat dan luas di dunia. Mustafa, et al (2011) menyatakan bahwa teknologi adalah salah satu hal yang mengalami perkembangan tercepat di dunia bahkan teknologi sekarang dijadikan salah satu indikator yang menunjukkan kemajuan suatu negara. Masyarakat di Indonesia rupanya semakin sadar akan pentingnya peran teknologi di Indonesia sehingga saat ini teknologi benar-benar dikembangkan di Indonesia. Perkembangan teknologi yang pesat di Indonesia membuka sebuah peluang usaha bagi para pengusaha untuk terjun dalam bidang tersebut. Nama usaha tersebut adalah iCell. iCell menjual *Hi Tech Product*. Selain menjual dalam bentuk produk dan asesoris, iCell juga menyediakan jasa. Bisnis ini menjual *gadget* keluaran *Apple*, seperti *iPad*, *iPhone*, *iPod Touch*, dan berbagai macam *Macbook*, serta penjualan jasa *jailbreak*, *unlocked*, dan pengisian aplikasi asli (*original*). Dalam setahun, iCell mampu menghasilkan omzet 200 juta hingga satu miliar rupiah. iCell sendiri telah berdiri sejak 17 Agustus 2009 dan pada 20 Desember 2009 mampu berkembang sehingga memiliki *base shop* di Galaxy Mall. iCell tergolong usaha baru karena baru beroperasi selama dua tahun di Galaxy Mall, namun yang menarik untuk diteliti adalah bagaimana cara iCell bertahan, bahkan semakin bertumbuh di tengah dominasi usaha sejenis yang lebih besar dan bermodal kuat. Sekalipun iCell mengalami fluktuasi dalam perjalanan bisnisnya, namun selama beroperasi iCell tidak pernah mengalami kerugian dan mampu mempertahankan perolehan laba tiap bulannya, hanya saja tingkat omzet dan laba yang diperoleh tiap bulannya berfluktuasi.

III. Karakter Inovasi dan Market Sensitivity

Dua karakter yang dieksplorasi adalah inovasi dan market sensitivity. Dua karakter ini merupakan hasil prasarvey yang telah dilakukan. Inovasi memiliki arti yang sangat luas mencakup inovasi pada produk, inovasi proses, model bisnis, inovasi organisasi, pasar yang dituju, dll (Schumpeter, 2010; Hermans, 2008; Radenakers, 2008; Tjandra, 2008; Kotler dan Keller, 2006; Ditkoff, 2008; Schiffman dan Kanuk, 2011). Tjandra (2008), Kurniawan (2010), Drucker (2007) dan Soleh (2008) menemukan bahwa inovasi menentukan keberhasilan atau kegagalan bisnis. Market sensitivity seringkali juga dipahami sebagai opportunity recognition (Tanan, 2008). Ciputra (2006) menyatakan seorang *entrepreneur* adalah orang yang bertindak untuk melakukan inovasi, mengubah keadaan yang tidak atau kurang menyenangkan menjadi keadaan seperti yang ia inginkan. Market sensitivity merupakan faktor penting dalam

perintisan dan pengembangan bisnis, serta faktor yang menentukan bagi perusahaan untuk memiliki kemampuan keberlanjutan usaha (Yanbin et al., 2009; Qing, 2009; Cateora, 2007; Eddy, 2009), Wahyudi (2010), Saiman (2009) Rianna (2007),

IV. Metode

Paradigma kualitatif dengan metode deskriptif serta menggunakan teknik penelitian historis digunakan dalam studi ini (Kuncoro, 2009). Keabsahan penelitian dilakukan melalui triangulasi data sehingga menghasilkan data yang valid yaitu memiliki kesamaan antara data yang terkumpul dengan yang sesungguhnya Sugiyono (2007). Beberapa informan digunakan dalam penelitian ini yaitu mentor yang terlibat serta satu orang pendiri bisnis yang sangat terlibat aktif dalam bisnis tersebut. Penelitian ini dilakukan dalam waktu lima semester sehingga mampu mengeksplorasi bagaimana inovasi dan market sensitivity berperan dalam bisnis.

V. Pembahasan dan Diskusi

Semester Pertama. Ide bisnis ini muncul karena kegagalan bisnis pada periode sebelumnya dan target yang diberikan yaitu memiliki usaha yang harus menghasilkan omzet minimal Rp300 juta pertahun. Setelah mengamati pasar handphone begitu besar akhirnya penulis memilih bisnis tersebut (sebelumnya ada tiga ide bisnis). Beberapa faktor yang melandasi adalah bisnis handphone merupakan bisnis yang berprospek bagus karena kebutuhan komunikasi masyarakat yang semakin meningkat, modal terbatas, penulis memiliki pengetahuan yang cukup mengenai gadget dalam hal ini handphone, bisnis handphone memiliki turunan yang banyak seperti asesoris, dan penulis memiliki koneksi dalam bisnis handphone.

Dalam semester ini penulis melihat pentingnya *base shop* dan dampak yang ditimbulkan serta perbedaan pada saat memiliki *baseshop* dan pada saat tidak memiliki *baseshop* karena terbukti sejak penulis memiliki *baseshop*, jumlah transaksi dan omzet yang didapatkan meningkat drastis. Melalui tool tersebut penulis memahami berbagai macam karakteristik konsumen dan bagaimana menghadapinya. *Market sensitivity* diasah karena penulis harus selalu mengikuti tren, memantau perkembangan pasar, menemukan peluang baru yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan iCell. Penulis melakukan inovasi dalam pemberian *value added* kepada konsumen sehingga bisnis mulai dikenal oleh konsumen. Perkembangan dapat dilihat dari peningkatan omzet per bulan dan perkembangan usaha yang dulunya hanya

melakukan jual-beli secara *online*, maka pada akhir semester tiga, penulis telah mampu mendirikan *baseshop*.

Semester Ke-Dua.Inovasi pada semester ini yaitu merancang dekorasi *baseshop* sedemikian rupa sehingga terlihat banyak.Selain itu, penulis juga mengajak beberapa rekan kerja untuk melakukan konsinyasi dalam menjual produk mereka. Saat itu penulis melihat keadaan pasar dan keadaan sekitar (*market sensitivity*) sehingga penulis mampu mengefisiensi pengeluaran iCell dan mengalokasikan modal pada produk yang cepat laku, penulis juga menjual produk dengan cara *Pre Order* sehingga penulis tidak perlu melakukan stok dan mampu menjual produk tanpa mengurangi modal yang penulis miliki. Promosi dilakukan melalui surat kabar, seperti Jawa Pos dan dengan cara yang efektif dan murah yaitu melalui *word of mouth*. Inovasi dilakukan dengan memberikan diskon spesial kepada konsumen yang loyal dan penulis juga memberikan harga special kepada konsumen lama yang membawa konsumen baru.Beberapa rekan kerja penulis sebelumnya yang telah lama melakukan jual-beli *handphone* ikut mencela keputusan penulis karena menjual merk *Apple* yang harganya tinggi, masih sepi peminat, dan memperoleh produk tersebut sangat sulit.Namun penulis justru menyadari bahwa bisnis yang dimiliki penulis ini memiliki prospek yang bagus karena memiliki sedikit pesaing sehingga sangat memungkinkan bagi iCell untuk menjadi *market leader*.

Penulis memanfaatkan momen yang tepat dengan memperdagangkan *iPhone 3GS* terlebih dahulu sebelum Telkomsel mengeluarkan produk tersebut.Telkomsel sendiri pada saat itu promosi *iPhone* secara besar-besaran, namun pada saat itu Telkomsel belum menjual produk tersebut, promosi yang dilakukan ternyata bertujuan untuk melihat *feedback* yang diberikan oleh konsumen terhadap produk yang dipromosikan.Setelah penulis melihat bahwa banyak masyarakat yang memberikan *feedback* yang baik terhadap produk tersebut, akhirnya penulis terlebih dahulu menjual produk tersebut dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan harga yang ditawarkan Telkomsel karena iCell mampu menyediakan barang lebih cepat.Beberapa konsumen yang tidak sabar menunggu Telkomsel mengeluarkan produk tersebut bahkan rela membayar lebih mahal untuk mendapatkan produk terbaru dari *Apple*.Setelah Telkomsel resmi menjual *iPhone 3GS*, strategi yang digunakan iCell adalah dengan memberikan harga yang lebih rendah ditambah dengan *bonus* asesoris dan *jailbreak* yang tidak dapat didapatkan di Telkomsel dan *Authorized Reseller Apple* pada saat itu.Hal ini sekaligus yang menjadi keunikan

iCell karena di Telkomsel dan *Authorized Reseller Apple* tidak mampu memberikan *bonus* yang serupa.

Market sensitivity dan inovasi pada semester empat membawa pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan iCell.Hal ini dikarenakan banyak menemukan peluang dan melakukan inovasi serta perluasan *supplier* sehingga penulis mampu mendapatkan harga termurah dengan kualitas terbaik. Selain itu, penulis juga mampu melakukan spesialisasi dalam produk *Apple* sekaligus memperluas usaha yang dulunya hanya menjual *gadget*, maka saat ini iCell juga menjual berbagai macam asesoris, serta jasa *jailbreak*, *unlocked*, pengisian *software*, serta *service gadget* apabila terjadi kerusakan.

Semester ke-Tiga.Penulis menyadari bahwa perputaran uang yang terjadi di iCell cukup besar sehingga penulis mulai merencanakan untuk melakukan inovasi yang dipusatkan pada sistem karena ke depannya seluruh sistem iCell akan terkomputerisasi sehingga meminimalisasi terjadinya *human error*.

Pada semester ini, *market sensitivity* penulis juga sangat diasah karena penulis harus mengikuti pergerakan harga dollar karena produk iCell adalah produk dari luar negeri yang tentunya selalu mengikuti pergerakan harga dollar.Selain mengikuti pergerakan dollar, iCell juga selalu melakukan *update* harga, baik dari rekan kerja maupun pesaing lainnya. iCell juga mampu melakukan inovasi dengan mengajak kerjasama salah satu toko di Technozone dalam hal keuangan, kerjasama yang terjadi adalah dalam penggunaan mesin Flazz BCA, iCell diperbolehkan menggunakan mesin Flazz milik rekan kerja iCell. Hal ini menguntungkan kedua belah pihak (*win-win solution*), iCell diuntungkan karena pembayaran di iCell yang sebelumnya harus secara tunai, maka pada semester lima konsumen dipermudah dengan pembayaran yang lebih variatif, yaitu dengan menggunakan debit atau kredit BCA.

iCell melakukan inovasi dalam hal *marketing* yang jarang ditemui oleh perusahaan sejenis, iCell berani memberikan garansi *replace* selama satu tahun terhadap pembelian *gadget* baru. *Replace* yang dimaksud di sini adalah iCell bersedia mengganti produk yang rusak dengan produk baru apabila terbukti kerusakan produk bukan disebabkan oleh kelalaian konsumen (*human error*).

Semester ke-Empat.Pada semester ini iCell juga berusaha memperluas usaha yang sebelumnya hanya menjual secara retail, pada semester enam iCell mampu menjadi *supplier* asesoris di

beberapa toko di pasar atom. Pada semester ini iCell juga menerima penghargaan dari Universitas Ciputra dalam kategori *Best Innovation System* dikarenakan iCell telah merancang inovasi dalam sistem pengelolaan toko terkomputerisasi sehingga meminimalkan terjadinya *human error*, mempermudah pekerjaan, dan meningkatkan profesionalitas. Semester ini pula iCell berusaha mencari dan menemukan *supplier* produk resmi dengan harga yang murah.

Inovasi yang dilakukan yaitu dengan mengadakan kerjasama dengan Flexi dalam pemberian bonus. iCell memilih memberikan bonus sebagai media pemasaran karena penulis menyadari bahwa konsumen di Surabaya sangat senang dan antusias apabila mendapatkan bonus pada saat membeli barang. Bonus yang diberikan di sini sangat menarik karena konsumen yang membeli produk iCell minimum Rp500.000 akan berhak mendapat satu kupon yang dapat ditukarkan dengan hadiah langsung yang pasti dengan diundi terlebih dahulu. Hadiah yang diberikan sangat menarik dan bervariasi dari *Handphone Blackberry* terbaru hingga *Handphone* dan kartu perdana Flexi.

Semester Ke-Lima. Pada semester ini merupakan tanggal jatuh tempo perpanjangan sewa untuk periode berikutnya selama tiga tahun, penyewa diwajibkan untuk membayar uang sewa di depan sebesar 20% dan sisanya dicicil selama 12x per bulan. Oleh karena itu, pada semester tujuh penulis dituntut untuk teliti dan mampu memprioritaskan kebutuhan serta pengalokasian dana yang efektif dan efisien karena pada semester tujuh, penulis memiliki banyak rencana yang memerlukan modal yang sangat besar. Pada semester ini pergerakan omzet iCell cukup stabil karena kegiatan operasional iCell dapat berjalan dengan baik.

Inovasi yang dilakukan adalah menggunakan jasa *salesman freelance* untuk mempromosikan dan menjual produk yang dimiliki iCell, asesoris khususnya. Penulis memusatkan *salesman* dalam penjualan asesoris secara grosir, dan ternyata kinerja *salesman* yang penulis rekrut sangat baik, dia mampu menghasilkan omzet yang sangat besar. Penulis memilih menggunakan jasa *salesman freelance* karena pada semester ini karena penulis harus menyelesaikan tugas akhir sehingga penulis khawatir iCell akan terbengkalai.

VI. Kesimpulan

Market sensitivity sangat diperlukan bagi *entrepreneur* yang akan memulai bisnis baru karena diperlukan pengetahuan yang cukup dan kepekaan terhadap kondisi sekitar perusahaan agar suatu usaha baru dapat berkembang dan agar dapat

survive dan bertahan menghadapi pesaing. Bagi penulis, *market sensitivity* adalah hal yang penting dan paling diasah selama menjalankan *project* mulai dari proses *developing business* hingga saat ini karena keadaan pasar selalu berubah-ubah sehingga penulis dituntut untuk peka dan selalu mengikuti pergerakan pasar, melihat trend yang sedang terjadi, mencari tahu kebutuhan dan keinginan konsumen, pergerakan harga berbagai macam produk, pergerakan mata uang asing, mendapatkan informasi mengenai pesaing, keadaan ekonomi Indonesia, perkembangan dan inovasi, serta peluncuran produk baru yang dilakukan oleh *Apple*, dan banyak hal lainnya. Seluruh hal tersebut merupakan hal yang sangat penting bagi keberlangsungan hidup dan perkembangan iCell.

Inovasi tidak kalah penting dari peran *market sensitivity*, setiap usaha yang maju dan berkembang pasti pernah melakukan inovasi karena dengan melakukan inovasi suatu usaha mampu mempertahankan konsumen agar tidak jenuh terhadap produk atau layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Inovasi tidak hanya berarti mengeluarkan produk baru, inovasi dapat dilakukan pada semua aspek, tujuan dari inovasi adalah memberikan nilai tambah (*value added*) kepada perusahaan atau konsumen sehingga inovasi tidak terbatas dalam pengeluaran produk baru saja, namun inovasi dapat dilakukan pada seluruh aspek organisasi.

Penulis merasa inovasi sangat penting karena dengan adanya inovasi penulis mampu mengedukasi konsumen mengenai keunikan yang bernilai tambah yang dimiliki oleh iCell. Selain itu, inovasi juga menjaga agar konsumen tidak berpindah pada usaha sejenis dan dengan adanya inovasi yang disesuaikan dengan keinginan konsumen, maka iCell mampu mencegah kejenuhan yang dirasakan oleh konsumen terhadap produk dan pelayanan yang diberikan oleh iCell.

Referensi

- Baron, R.A. (2006) *Opportunity recognition as pattern recognition: How Entrepreneurs connect the dots to Identify New Business Opportunities*. Academy of Management perspectives.
- Baron, R.A. & Ensley, M.D. (2006) *Opportunity Recognition as Detection of Meaningful: Evidence from Comparisons of Novice and Experienced Entrepreneurs*. Management Science, 52(9), 1331-1344.
- Cateora, R. Philip, dan L. John. 2007. *Pemasaran Internasional*. Ed 13 Buku-1. Jakarta: Salemba Empat
- Dajan, A. 1993. *Pengantar Metode Statistik*, Jilid 1. Ed. 17. LP3ES. Jakarta. Hal. 1-14
- Donghong, Y, Yujie, T, Yanbin, S. 2009. *The Research on the Appraisal of Market Opportunity Based on AHP*. Journal Service Science & Management, 2009, 2: 276-281
- Drucker, Peter F. 2007. *People and Performance*. Harper college Press.

- Harefa, Andrias dan Siadari, Eben Ezer. 2006. *The Ciputra's Way*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hermana, Budi. 2008. Mendorong Daya Saing di Era Informasi dan Globalisasi: Pemanfaatan Modal Intelektual dan Teknologi Informasi Sebagai Basis Inovasi di Perusahaan
- Heru dalam Sahana, Cuk 2011. Pendidikan Kewirausahaan Baru Sebatas Konsep. Diambil dari www.okezone.com pada 29 Juni 2012
- J. C. Li. 2005. *The study and analysis of national market chance of printing enterprise*. China: Wuhan University.
- Kotler, Philip. 2006. *According to Kotler*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin L. 2006. *Marketing Management* 12th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kuncoro, M. 2009. Metode Riset Untuk Bisnis dan ekonomi. Jakarta: Erlangga.
- Mireille Merx, C. and W.J. Nijhof (2005), "Factors influencing knowledge creation and innovation in an organization, *Journal of European Industrial Training*; 2005; 29, 2/3; ABI/INFORM Global, pg. 135.
- Mustafa, Abdul Hamdi, Marlison, Putri Nilam Sari, Rahmatul Aslam, Rico Ridma, Roben Son, Widia Astuti, Zekri. 2011. Perkembangan Teknologi Saat Ini. Padang: Universitas Negeri Padang
- Qing, Miao. 2009. *The Nature of Opportunity Recognition in the Entrepreneurship of SMEs*. Institute of HRM, Zhejiang Sci-Tech University, 310018
- Rademakers, Martin. 2008. *Corporate Universities: Driving Force of Knowledge Innovation*. *Journal of Workplace Learning*; 2005; 17, 1/2; ABI/INFORM Global, pg. 130.
- Riana, Merry. 2007. *A Gift From a Friend*. Jakarta: Gramedia Pustaka Tama
- Schumpeter, Joseph. A. 2010. *The Nature and Essence of Economic Theory*. New Jersey. Transaction Publishers, New Brunswick
- Schiffman, Leon G. and Kanuk, Leslie L. 2011. *Consumer Behavior 8th edition*. New Jersey: Pearson Educational Inc.
- Soegoto, Eddy Soeryanto. 2008. *Marketing Research The Smart Way to Solve a Problem*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Soegoto, Eddy Soeryanto. 2009. *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Soleh, Mohamad. 2008. Analisis Strategi Inovasi dan Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan. Semarang. Universitas Diponegoro Semarang.
- Supranto, J. 2000. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jilid 1. Ed 6. Penerbit Erlangga.
- Tanan, Antonius. 2008. *7 Principles of Entrepreneurship Base Learning Ciputra Way*. Training of Trainers Campus Entrepreneur
- Tanan, Antonius (2008) *Quantum Leap Bagaimana Entrepreneurship dapat mengubah masa depan anda dan masa depan bangsa*. PT. Elexmedia Komputindo
- Tjandra, Elvi Anggraeni. 2008. Keberhasilan Inovasi Melalui Riset dan Pengembangan yang Tepat Akan Mempengaruhi Keberhasilan Produk di Pasar. Jakarta. Universitas Tarumanagara Jakarta.
- Yahya, Helmy dan Sarbana, Baban. 2009. *Wirausaha Bermodal Nol Rupiah*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- <http://otomotif.kompas.com/read/2010/05/06/19110413/Persaingan.Kian.Ketat.Yamaha.Ungguli.Honda>. Diakses tanggal 10 Januari 2012
- <http://www.unilever.co.id/id/innovation/innovationinunilever>. 1999. Inovasi di Unilever. Diakses tanggal 5 September 2011