



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 183-191

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Peran Kreativitas Dan Inovasi Dalam Meningkatkan *Branding* Usaha Seblak Prasmanan By Dilola Di Jln. Durung No.49 Medan

Rifa Ulayya^{1✉}, Maulidah Hasnah Anas², Sindy Aprilia³, Adinda Mayang Sari Effendi⁴,
Indah Putri Maharaja⁵, Muhammad Farhan⁶

Prodi Bimbingan Penyuluhan Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU)

Email: rifaulya19@gmail.com[✉]

Abstrak

Pertumbuhan dan perkembangan industri dapat kita rasakan dan lihat dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari teknologi, alat komunikasi, hingga industri makanan. Berdasarkan teknik analisis data, mencari dan mengumpulkan referensi dari berbagai literatur, artikel, jurnal penelitian dan website mengenai peran kreativitas dan inovasi dalam meningkatkan hasil penjualan seorang pengusaha seblak, maka metode analisis yang digunakan adalah metode kualitatif sesuai dengan yang ada. Dibahas dalam penulisan jurnal ini. . Ide dan pemikiran mengarah pada kreativitas. Sebelum sebuah ide menjadi sebuah karya, sejumlah prosedur panjang perlu diselesaikan. Seorang wirausahawan harus menggunakan imajinasinya untuk menghasilkan penemuan-penemuan baru agar usahanya tetap digemari masyarakat, apalagi mengingat ketatnya persaingan pasar dan sifat teknologi yang terus berkembang. Temuan baru yang berbeda dengan temuan yang sudah diketahui atau sudah ada disebut inovasi. Pengusaha inovatif diartikan sebagai orang atau bisnis yang secara konsisten melakukan inovasi. Merek adalah segala istilah, tanda, simbol, rencana, atau kombinasi yang digunakan untuk mengidentifikasi barang atau jasa milik seseorang atau penjual dan membedakannya dari produk pesaing. Respondennya adalah seorang wirausaha pemula dan juga merupakan mahasiswa salah satu universitas negeri di Medan. Sebagai anak dari keluarga menengah ke bawah ia dituntut untuk mendapatkan penghasilan dan mengubah perekonomian yang dapat meringankan kesulitan keuangan dalam keluarga. Dalam menjalankan suatu usaha diperlukan banyak persiapan yang matang, antara lain modal uang, modal ilmu dalam berwirausaha dan juga relasi.

Kata Kunci: *Kreativitas; Inovasi; Branding; Wirausaha*

Abstract

We can feel the growth and development of industry and see it in everyday life, from technology, communication devices, to the food industry. Based on data analysis techniques, searching and collecting references from various literature, articles, research journals and websites regarding the role of creativity and innovation in increasing the sales results of a seblak entrepreneur, the analysis method used is a qualitative method in line with what is discussed in writing this journal. . Ideas and thoughts lead to creativity. Before an idea becomes a work, a number of lengthy procedures need to be completed. An entrepreneur must use his imagination to produce new inventions so that his business remains popular with the public, especially considering the intense market competition and the ever-evolving nature of technology. New findings that are different from findings that are already known or already exist are called innovation. An innovative entrepreneur is defined as a person or business who consistently innovates. A brand is any term, sign, symbol, plan, or combination used to identify a person's or seller's goods or services and differentiate them from competitors' products. The respondent is a novice entrepreneur and also a student from a state university in Medan. As a child from a lower middle class family he was required to earn income and change the economy which would relieve financial difficulties in the family. In carrying out a business, a lot of careful preparation is required, including money capital, knowledge capital in entrepreneurship and also relationship.

Keywords: *Creativity; Innovation; Branding; Entrepreneurship*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi yang semakin meningkat persaingan industry semakin pesat suatu perusahaan tidak hanya bersaing dengan perusahaan lain di dalam negeri tetapi juga bersaing dengan perusahaan di laur negeri. Pertumbuhan dan perkembangan industri dapat kita rasakan dan kita lohat dalak kehidupan sehari-hari, mulai dari teknologi, perangkat komunikasi, hingga kepada industry makanan. (Wiwin winarsih, 2022) Dalam berwirausaha, kemajuan usaha sangat bergantung kepada kreativitas ide para wirausahawan. Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki usaha. Kreativitas sangat berpengaruh terhadap inovasi, begitu pun sebaliknya inovasi dapat berkembang apabila dilandasi dengan kreativitas. Usaha pondok aroma vegetarian menerapkan kreativitas dan inovasi sebagai strategi untuk meningkatkan penjualan. Hubungan kreativitas dan inovasi yaitu sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru, sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreativitas menjadi sesuatu yang dapat diimplementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang

dimiliki. Hal tersebut secara tidak langsung menunjukkan bahwa inovasi terbentuk dari ide kreatif yang dimiliki para wirausahawan. (Rusdianto, 2022)

Seblak prasmanan By Dilola merupakan seblak prasmanan pertama di kota Medan yang berdiri pada tahun 2020. Adapun jenis seblak yang ditawarkan kepada konsumen adalah seblak prasmanan dengan banyak varian yang dapat dipilih sendiri sesuai dengan selera konsumen. Adapun yang menjadi latar belakang penulis dalam memilih jenis usaha "Seblak Prasmanan By Dilola" sebagai objek penelitian penulis karena seblak prasmanan By Dilola banyak diminati masyarakat terutama di kalangan mahasiswa, selain harganya yang standart rasa dari seblak prasmanan By Dilola juga sangat ramah di lidah. Responden menyebutkan omset dari seblak prasmanan By Dilola mencapai target yang diinginkan dan cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup, modal jualan, dan kebutuhan lainnya. Permasalahan utama dalam usaha seblak Prasmanan By Dilola adalah persaingan pasar yang semakin banyak, selain itu juga terkadang ada konsumen yang tidak jadi membeli karena responden tidak ada di tempat.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kreativitas

Ide dan pemikiran mengarah pada kreativitas. Sebelum sebuah ide menjadi sebuah karya, sejumlah prosedur panjang perlu diselesaikan. Rangkaian ini berisi fiksasi gagasan (pengikatan, pemantapan), perumusan gagasan, penyusunan rencana, dan program aksi konkrit yang perlu dilaksanakan sejalan dengan rencana yang dibuat untuk mewujudkan gagasan tersebut (Sumarsono & Supardi, 2019)

Kemampuan untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda dengan berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang merupakan inti dari kewirausahaan, dan hal ini terkait langsung dengan kreativitas. Kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, baik berupa konsep maupun karya nyata yang berbeda jauh dengan ciptaan sebelumnya, dikenal dengan istilah kreativitas wirausaha. Saat mengikuti visinya, seorang wirausahawan harus kreatif dalam menetapkan tujuan dan memecahkan masalah. Aset paling berharga bagi seorang wirausahawan bukan hanya uang, tetapi juga daya ciptanya. (Brahim, 2019)

Membuat hubungan antara objek atau ide yang sebelumnya tidak berhubungan merupakan upaya berpikir kreatif. Proses asli dari pemikiran kreatif terjadi dalam pikiran kita, dan memanfaatkan hal-hal atau ide-ide yang sudah ada sebelumnya. (Pramudianto, dkk 2018)

Seorang wirausahawan harus menggunakan imajinasinya untuk menghasilkan penemuan-penemuan baru agar usahanya tetap diminati masyarakat, apalagi mengingat ketatnya persaingan pasar dan sifat teknologi yang selalu berkembang. Untuk memenuhi target penjualan dan menjaga agar tetap naik dibandingkan turun, diperlukan pemikiran kreatif. Penerapan kreativitas dan inovasi akan menjadikan masyarakat lebih menarik.

B. Inovasi

Temuan baru yang berbeda dengan temuan yang sudah diketahui atau sudah ada disebut inovasi. Pengusaha inovatif diartikan sebagai orang atau bisnis yang secara konsisten melakukan inovasi. Seseorang yang inventif akan terus mencari cara untuk memperbaiki keadaan atau menawarkan sesuatu yang segar dan orisinal yang membedakannya dari pesaing, kualitas penting lainnya yang harus dimiliki oleh bisnis yang sukses adalah inovasi. Pengusaha yang secara konsisten berinovasi dalam bisnisnya akan melihat kesuksesan dan keuntungan finansial, menjadi inovatif adalah produk sampingan alami dari kemampuan wirausahawan untuk mengubah lingkungan di sekitarnya. Secara tidak langsung, inovasi menjadi sebuah kualitas yang membedakan para wirausaha dari masyarakat umum dan juga dari satu sama lain. (Basalamah, 2019)

Inovasi dapat dibagi menjadi empat fase utama, yang masing-masing fase mencakup kesulitan dan menuntut pendekatan tertentu. Suatu inovasi dapat dikatakan berhasil apabila dapat diolah hingga akhir. Pada awalnya, kita akan mencari peluang untuk berinovasi, serta cara menyiapkan proses secara efisien, memastikan proses tersebut berfungsi dengan baik, dan melihat apakah proses tersebut dapat bertahan dan berkembang. Memilih apa yang harus dilakukan dan mengapa melakukannya adalah langkah berikutnya setelah tahap pertama. Perbedaan kompetitif harus dipertimbangkan pada titik ini, karena hal ini akan menentukan opsi mana yang akan memberi Anda peluang paling besar untuk membedakan diri Anda dari pesaing. Menghasilkan dan memilih adalah langkah berikutnya. Pada titik ini, tantangan terbesarnya adalah bagaimana mewujudkan hal tersebut sambil memanfaatkan sumber daya dan energi yang terbatas dengan cara yang baru. Intinya, saat ini kita akan mengelola sumber daya (uang, tenaga, waktu, dan keahlian) berdasarkan ketidakpastian. Kesulitan dari upaya kreatif yang dilakukan harus diperhitungkan pada akhirnya. (Suprayati, dkk 2023)

Pengusaha akan selalu melakukan inovasi terhadap usaha yang dijalankannya; Fungsi inovasi berkaitan erat dengan kreativitas, yang mendorong munculnya ide-ide inovatif. Untuk memenuhi kepentingan generasi milenial yang telah memasuki masyarakat, inovasi harus mengikuti kemajuan yang ada.

C. Branding

Kata *branding* berasal dari kata dasar *brand* yang berarti merek. Dalam arti harfiahnya, merek adalah kata benda yang sering merujuk pada suatu barang atau jasa. Merek adalah segala istilah, tanda, simbol, rencana, atau kombinasi yang digunakan untuk mengidentifikasi barang atau jasa seseorang atau penjual dan membedakannya dari produk pesaing. Merek dapat didefinisikan sebagai istilah yang mencakup produk itu sendiri, layanan yang ditawarkan, perusahaan yang memproduksinya, dan informasi relevan lainnya. Semua ini disatukan di bawah sebuah simbol yang dikenal sebagai merek. Sebuah merek berfungsi baik sebagai penanda dan sarana yang membedakan suatu produk dari produk lain ketika digunakan untuk memberi label dan melambungkan sesuatu yang dipasarkan. Merek sendiri berfungsi sebagai ukuran nilai, yang menunjukkan kekuatan dari nilai atau value yang diberikan kepada pelanggan. Oleh karena itu, merek memainkan peran penting dalam membantu pelanggan mengambil keputusan dengan menguraikan nilai yang diberikan. Itu sebabnya persaingan merek begitu kuat saat ini. (Mujib & Naptiningsih, 2020)

Dalam suatu usaha peningkatan nama *brand* adalah suatu yang harus dilakukan oleh seorang wirusaha untuk meningkatkan penjualan. Nama *brand* dalam suatu usaha dapat ditingkatkan dengan berbagai usaha dari wirausaha, seorang pengusaha dapat menciptakan kreativitas dan juga inovasi yang berbeda untuk usahanya agar dapat menjadi daya tarik pelanggan.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan teknik analisis data, pencarian dan pengumpulan referensi dari berbagai literatur, artikel, jurnal penelitian, dan website mengenai peran kreativitas dan inovasi dalam meningkatkan hasil penjualan seorang pengusaha seblak, maka metode analisis yang digunakan adalah metode kualitatif sejalan dengan apa yang dibahas dalam penulisan jurnal ini. Oleh karena itu, jurnal ini akan membahas topik ini dengan menggunakan makalah jurnal yang kredibel, nyata, dan relevan yang terkait dengan hipotesis ini sebagai sumber. (Anggraeni, 2022)

Penelitian ini menggunakan penelitian kepustakaan sebagai metodologinya, yang terdiri dari sejumlah tugas yang terkait dengan teknik pengumpulan data dari perpustakaan, membaca dan mencatat, serta mengolah bahan penelitian. Metode atau

instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian kualitatif merupakan wawancara, penelitian partisipatif, observasi, dan sumber data dari buku, artikel, jurnal ilmiah, dan sumber lainnya. (Khamimah, 2021)

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Latar Belakang Usaha

Responden adalah seorang entrepreneur pemula dan juga mahasiswi dari salah satu universitas negeri yang ada di Medan. Sebagai seorang anak dari keluarga menengah kebawah ia dituntut untuk mencari penghasilan dan merubah perekonomian yang akan membebaskan kesulitan finansial di keluarga. Dalam mewujudkan hal itu responden berpikir untuk memulai suatu usaha yang menghasilkan keuntungan dengan ukuran yang lumayan besar dan meminimalisir waktu untuk kegiatan kuliah dan organisasi.

Usaha seblak prasmanan by dilola dimulai dari pandemi pada tahun 2020, saat itu merupakan ujian terbesar bagi banyaknya masyarakat terutama dari segi ekonomi, kesehatan dan lainnya. Ide menciptakan usaha seblak prasmanan ini didapatkan saat responden melakukan kegiatan diluar kota yaitu kota Bogor, responden menyadari bahwa seblak prasmanan adalah makanan yang paling populer di kota tersebut, namun setelah melakukan riset di Kota Medan responden menyadari bahwa tidak ada yang membuka usaha seblak dengan model prasmanan dan hal ini menjadi peluang bagi responden untuk membuka usaha seblak prasmanan pertama di kota Medan.

B. Kreativitas dan Inovasi dalam Meningkatkan *Branding* Usaha Seblak Prasmanan By Dilola

Dalam melakukan suatu usaha diperlukan banyak persiapan yang matang diantaranya yaitu modal uang, modal ilmu pengetahuan dalam berwirausaha dan juga relasi. Berbagai tantangan dihadapi dalam meningkatkan *branding* suatu usaha, hal ini membuat responden dituntut untuk berpikir kreatif dan juga mengembangkan inovasi terhadap usaha yang dijalankan. Berbicara mengenai inovasi tidak terlepas dari kemampuan berpikir kreatif seorang wirausaha agar inovasi yang dilakukan dapat meningkatkan *branding* sesuai dengan tujuan awal wirausaha tersebut.

Sebagai langkah awal dalam berinovasi untuk meningkatkan branding responden menjual seblak dengan harga yang murah namun tetap mempertahankan kualitas dan rasa yang terbaik. Hal ini dilakukan responden karena saat melakukan riset di Kota Bogor harga seblak prasmanan yang dipasarkan mencapai Rp. 100.000/porsi dengan isi yang sedikit. Mengingat keadaan ekonomi yang menurun saat masa pandemi harga tersebut termasuk relatif mahal, sehingga responden memberanikan diri untuk menjual seblak

prasmanan dengan harga mulai dari Rp. 15.000 dengan cita rasa dengan kualitas terbaik. Tidak hanya inovasi harga, responden membuat varian seblak dengan level kepeadasan yang berbeda dengan ini maka seblak prasmanan akan dapat dinikmati disemua kalangan usia.

Inovasi yang dilakukan tidak hanya dalam bentuk dekorasi, harga dan level rasa namun juga dalam bentuk media promosi. Promosi dalam penjualan sangat penting dalam meningkatkan pengenalan branding usaha seblak pramanan by dilola agar semakin terkenal dikhalayak ramai. Salah satu inovasi yang dilakukan pada media promosi ini responden memanfaatkan media sosial yaitu Instagram. Responden menggunakan Instagram dengan meminta video *review* dari pelanggan dan teman dekat responden yang mempunyai relasi cukup luas, untuk memperkenalkan *branding* usaha seblak prasmanan ini.

Dalam inovasi jangka panjang, responden membuka beberapa cabang di beberapa tempat untuk memperoleh keuntungan yang lebih banyak dan juga dapat membuka lowongan pekerjaan. Saat ini, inovasi yang dijalankan terfokus pada media promosi, seperti membuat diskon, dan menambah varian menu. Responden mengatakan inovasi yang kreatif akan berdampak besar pada kemajuan *branding* yang menjadi nilai utama dalam sebuah usaha. Responden menjadikan kegagalan sebagai motivasi untuk mengembangkan usaha.

SIMPULAN

Pertumbuhan dan perkembangan industri dapat kita rasakan dan kita lihat dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari teknologi, perangkat komunikasi, hingga kepada industri makanan. Berdasarkan teknik analisis data, pencarian dan pengumpulan referensi dari berbagai literatur, artikel, jurnal penelitian, dan website mengenai peran kreativitas dan inovasi dalam meningkatkan hasil penjualan seorang pengusaha seblak, maka metode analisis yang digunakan adalah metode kualitatif sejalan dengan apa yang dibahas dalam penulisan jurnal ini, ide dan pemikiran mengarah pada kreativitas. Sebelum sebuah ide menjadi sebuah karya, sejumlah prosedur panjang perlu diselesaikan.

Seorang wirausahawan harus menggunakan imajinasinya untuk menghasilkan penemuan-penemuan baru agar usahanya tetap diminati masyarakat, apalagi mengingat ketatnya persaingan pasar dan sifat teknologi yang selalu berkembang. Temuan baru yang berbeda dengan temuan yang sudah diketahui atau sudah ada disebut inovasi. Pengusaha inovatif diartikan sebagai orang atau bisnis yang secara konsisten melakukan inovasi. Merek adalah segala istilah, tanda, simbol, rencana, atau kombinasi yang digunakan untuk

mengidentifikasi barang atau jasa seseorang atau penjual dan membedakannya dari produk pesaing. Responden adalah seorang entrepreneur pemula dan juga mahasiswa dari salah satu universitas negeri yang ada di Medan. Sebagai seorang anak dari keluarga menengah kebawah ia dituntut untuk mencari penghasilan dan merubah perekonomian yang akan membebaskan kesulitan finansial di keluarga. Dalam melakukan suatu usaha diperlukan banyak persiapan yang matang diantaranya yaitu modal uang, modal ilmu pengetahuan dalam berwirausaha dan juga relasi. Dalam inovasi jangka panjang, responden membuka beberapa cabang di beberapa tempat untuk memperoleh keuntungan yang lebih banyak dan juga dapat membuka lowongan pekerjaan. Saat ini, inovasi yang dijalankan terfokus pada media promosi, seperti membuat diskon, dan menambah varian menu. Responden mengatakan inovasi yang kreatif akan berdampak besar pada kemajuan *branding* yang menjadi nilai utama dalam sebuah usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, F. A. (2022). ANTUSIAS KEWIRAUSAHAAN UMKM TERHADAP BISNIS ONLINE DI MASA PANDEMI. *JURNAL EKONOMI BISNIS DAN AKUNTANSI, Vol.2 No.1*.
- Basalamah, R. (2019). *Manajemen inovasi dalam bisnis*. Surabaya: AE Publishing.
- Brahim, M. N. (2021). *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Akutansi Dan Keuangan Lembaga*. Yogyakarta: ANDI.
- Khamimah, W. (2021). Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis, vol. 4 No. 3*, 233.
- Mujib, F., & Shaptiningsih, T. (2020). *Scool Brending: Strategi Di Era Ditruktif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Pramudianto, d. (2018). *Kreativitas dalam usaha*. Jakarta: Elex media komputindo.
- Rusdianto, S. A. (2022). Peranan kreativitas dan inovasi dalam usaha meningkatkan volume penjualan pada pondok "Aroma Vegetarian". *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Ekonomi*, 164.
- Sumarsono, T. G., & Supardi. (2019). *Kewirausahaan & Praktik*. Malang: Media Nusa Creative.
- Supriyati, D. (2023). *Kewirausahaan Era Society 5.0*. Serang: SADA KURNIA PUSTAKA.
- Wiwin winarsih, p. a. (2022). Peranan kreativitas dan inovasi dalam meningkatkan volume penjualan para PT Nippon Indosari Corpindo Tbk. *Jurnal ilmiah ekonomi dan bisnis*, 60.

