Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology
Homepage: https://journal.ilmudata.co.id/index.php/ijmst
Vol. 4 No. 3 (2026) pp: 10599-10605
P-ISSN: 2986-6790, e-ISSN: 2986-6782

Analisis Peran Inovasi dan Kreativitas dalam Membaca Peluang Usaha di Lingkungan Bisnis Digital

Khairani Alawiyah Matondang, Putri Kemala Dewi Lubis, Ananda Sakinah, Selpiana, Helena Seprina Sitohang
Program Studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Medan, Indonesia
alawiyah@unimed.ac.id, putrikemala@unimed.ac.id, anandasakinah6789@gmail.com, selpiana728@gmail.com, helenasitohang0704@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pentingnya kreativitas dan inovasi dalam mengidentifikasi, menciptakan, serta mengembangkan peluang usaha di tengah perkembangan dunia bisnis digital. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui studi literatur. Sumber data berupa data sekunder yang diperoleh dari sejumlah artikel jurnal ilmiah terkait kreativitas, inovasi, kewirausahaan digital, dan pengembangan peluang bisnis. Data dianalisis dengan mengkaji inti pembahasan, membandingkan hasil penelitian sebelumnya, serta menyusun informasi berdasarkan tema yang relevan dengan tujuan penelitian. Hasil kajian menunjukkan bahwa kreativitas memiliki peran dalam mendorong munculnya gagasan baru, memberikan solusi terhadap kebutuhan konsumen, dan menemukan peluang pasar yang belum dimanfaatkan secara optimal. Di sisi lain, inovasi menjadi proses untuk menerapkan gagasan tersebut ke dalam bentuk produk, jasa, proses kerja, maupun strategi bisnis yang mampu meningkatkan nilai bagi konsumen. Kemajuan teknologi digital, khususnya penggunaan media sosial dan marketplace, turut membantu pelaku usaha memperluas pemasaran, membangun hubungan dengan pelanggan, dan mengikuti perubahan kebutuhan pasar. Akan tetapi, pemanfaatan teknologi perlu diimbangi dengan kemampuan menciptakan ide baru, mengembangkan inovasi, serta menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan bisnis. Oleh karena itu, kreativitas, inovasi, dan adaptasi menjadi unsur yang saling mendukung dalam memanfaatkan peluang usaha. Penerapan ketiga unsur tersebut diharapkan dapat membantu pelaku usaha meningkatkan daya saing dan menjaga keberlanjutan bisnis dalam menghadapi persaingan di era digital.

Kata kunci: Kreativitas, Inovasi, Peluang Usaha, Bisnis Digital, Kewirausahaan.

Abstract

This study aims to examine the importance of creativity and innovation in identifying, creating, and developing business opportunities amid the growth of the digital business environment. The research employs a qualitative descriptive method using a literature review approach. The data consist of secondary sources obtained from several scientific journal articles related to creativity, innovation, digital entrepreneurship, and business opportunity development. The data were analyzed by examining the main points of discussion, comparing previous research findings, and organizing information according to themes relevant to the research objectives. The findings indicate that creativity plays a role in encouraging new ideas, providing solutions to consumer needs, and identifying market opportunities that have not been fully utilized. Meanwhile, innovation serves as a process of transforming these ideas into products, services, work processes, or business strategies that can provide added value to consumers. The advancement of digital technology, particularly the use of social media and online marketplaces, helps business owners expand their marketing reach, build relationships with customers, and respond to changing market needs. However, the use of technology needs to be supported by the ability to generate new ideas, develop continuous innovations, and adapt to changes in the business environment. Therefore, creativity, innovation, and adaptability are interconnected elements that support the utilization of business opportunities. The application of these three elements is expected to help businesses improve their competitiveness and maintain business sustainability amid competition in the digital era.

Keywords: Creativity, Innovation, Business Opportunities, Digital Business, Entrepreneurship.

1. Pendahuluan

Lingkungan bisnis global mengalami transformasi signifikan seiring pesatnya perkembangan teknologi digital. Model bisnis tradisional yang menitikberatkan pada permodalan fisik besar, lokasi strategis, dan rantai distribusi konvensional kini bergeser menuju otomatisasi operasional, pemasaran berbasis personalisasi, serta perluasan jangkauan pasar yang lebih cepat melalui platform e-commerce, media sosial, dan integrasi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence). Meskipun kemajuan ini memberikan kemudahan akses berusaha, homogenitas adopsi

teknologi oleh pelaku usaha menciptakan tingkat persaingan pasar yang semakin ketat. Dalam kondisi pergeseran preferensi konsumen yang sangat dinamis, kepemilikan instrumen digital semata tidak lagi menjadi keunggulan bersaing yang unik (unique competitive advantage). Oleh karena itu, guna menghindari jebakan persaingan harga yang destruktif, pelaku usaha memerlukan kapabilitas dinamis untuk mengintegrasikan gagasan kreatif dengan tindakan inovasi digital yang memberikan nilai tambah nyata bagi pasar (Teece, 2018).

Aksesibilitas teknologi digital yang merata menyebabkan model bisnis yang hanya mengandalkan adopsi platform umum seperti e-commerce (Shopee) dan media sosial (Instagram, TikTok, Facebook)—tanpa diferensiasi nilai akan rentan terhadap komoditisasi dan persaingan harga. Ketika penyedia barang dan jasa memanfaatkan strategi pemasaran yang homogen, faktor pembeda utama terletak pada kapasitas kognitif pelaku usaha dalam mengidentifikasi peluang pasar. Wirausahawan dituntut untuk mengolah arus informasi digital menjadi ide bisnis yang relevan dan bernilai tambah. Dalam konteks ini, kreativitas dan inovasi menjadi instrumen krusial; kreativitas berfungsi sebagai kemampuan kognitif untuk mengenali celah pasar yang belum tergarap (unmet needs), sedangkan inovasi memfasilitasi perancangan strategi pembeda, seperti penceritaan merek (brand storytelling) dan penentuan ceruk pasar (niche market) yang belum terlayani oleh pelaku industri skala besar Shane & Venkataraman, (2000)

Karena teknologi sudah bisa digunakan oleh siapa saja, dan bisa diakses dengan mudah bisnis yang hanya sekadar ikut-ikutan memakai aplikasi digital seperti e-commers shoppe dan media sosial seperti instagram, tiktok, facebook. tanpa memiliki keunikan akan sangat mudah kalah saing atau terjebak dalam perang banting harga. Ketika semua pesaing bisa meniru cara jualan yang sama di internet, pembeda utama sebuah bisnis berada pada pola pikir dan kemampuan pemiliknya dalam melihat peluang. Pemilik usaha dituntut untuk pintar mengolah informasi di internet menjadi ide bisnis yang kuat dan tepat sasaran. Jika pembisnis tidak punya keunikan sendiri dalam mempromosikan produknya maka, pelanggan akan merasa tidak ada keunikan dari bisnis tersebut dan terihat biasa saja. Di sinilah kreativitas dan inovasi menjadi sangat penting. Kreativitas bertindak sebagai kemampuan berpikir untuk melihat celah pasar yang belum digarap oleh orang lain. Melalui kreativitas, seorang wirausahawan bisa menciptakan cara pemasaran yang unik, membangun cerita merek (brand storytelling) yang disukai konsumen, dan menemukan kelompok pembeli khusus yang belum dilayani oleh bisnis-bisnis besar.

Akan tetapi, ide yang kreatif saja tidak akan cukup jika tidak diimbangi dengan tindakan inovasi. Jika kreativitas adalah proses melahirkan ide-ide baru, maka inovasi adalah langkah nyata untuk mewujudkan ide tersebut menjadi produk, layanan, atau cara kerja baru yang memiliki nilai jual. Inovasi adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, baik berupa produk, layanan, maupun proses yang lebih efisien (Tinggi et al., 2025). Dalam dunia bisnis digital, inovasi terlihat dari seberapa cepat sebuah usaha menyesuaikan produknya saat tren mulai berubah, memperbaiki cara pelayanan, dan memperbarui strategi jualan sesuai keinginan konsumen serta selalu mengikuti tren pasar. Tanpa adanya inovasi, ide-ide kreatif hanya akan menjadi bayangan tanpa menghasilkan keuntungan nyata. Sebaliknya, jika sebuah bisnis terus berinovasi tanpa adanya kreativitas, produk yang dihasilkan hanya akan meniru produk lain yang sudah ada di pasar, sehingga cepat terasa membosankan bagi pembeli.

Meski topik tentang bisnis digital sudah banyak diteliti, sebagian besar penelitian sebelumnya masih melihat masalah ini belum secara menyeluruh. Banyak studi hanya mengukur hal-hal teknis sederhana, seperti berapa banyak UMKM yang sudah memakai media sosial atau aplikasi pembayaran digital. Penelitian-penelitian tersebut sering kali menganggap bahwa peluang bisnis di dunia digital itu sifatnya mudah ditemukan dan sudah siap pakai begitu suatu usaha menggunakan internet (Febriana et al., 2023). Padahal dalam kenyataannya, peluang bisnis digital yang sukses jarang sekali muncul dalam bentuk yang sudah matang di depan mata.

Di tengah pasar digital yang selalu berubah, peluang bisnis sebenarnya harus diciptakan dan dibentuk sendiri melalui proses mencoba, berani mengambil risiko, dan terus memperbaiki strategi (Wijoyo, n.d.). jika bisnis tidak berani mengambil resiko dan mengabaikan tren pasar maka, bisnis tersebut bisa tertinggal jauh. Masih sedikit penelitian yang menjelaskan secara rinci bagaimana kemampuan berpikir kreatif dan tindakan berinovasi saling bekerja sama dalam menemukan serta menjalankan peluang bisnis digital. Penelitian ini hadir untuk mengisi kekurangan tersebut dengan menyajikan pembahasan yang lebih mudah dipahami dan sesuai dengan kenyataan di lapangan. Keunggulan dari penelitian ini terletak pada bagaimana kreativitas seperti penemuan pasar khusus dihubungkan langsung dengan inovasi praktis dalam menghadapi perubahan pasar digital. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan nyata bagi para pelaku UMKM dan pemilik usaha pemula (start-up) agar mampu bertahan dan berkembang melalui keunikan produk, bukan sekadar bersaing pada pemotongan harga. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana kreativitas dan inovasi berperan

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i3.14386
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

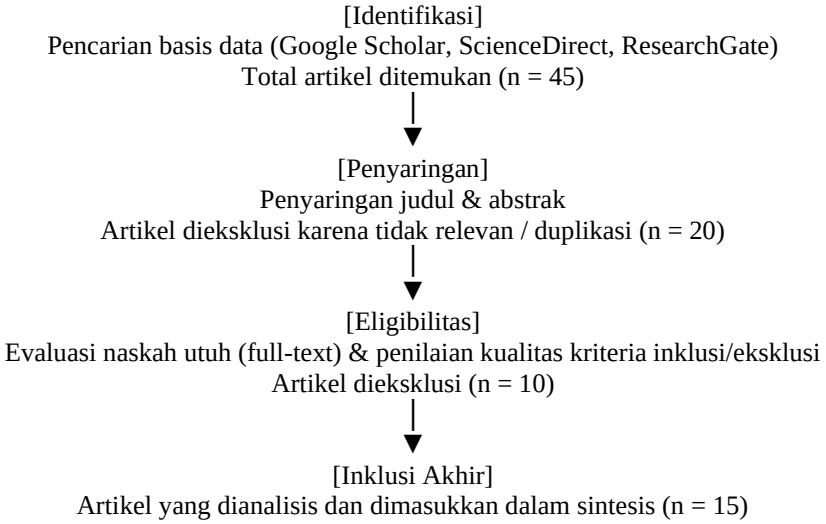
sebagai penggerak utama bagi pelaku usaha dalam membaca, menciptakan, dan mengeksekusi peluang bisnis di tengah persaingan lingkungan digital saat ini.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi literatur (literature review) untuk menganalisis peran kreativitas dan inovasi dalam mengidentifikasi serta mengembangkan peluang usaha di tengah dinamika bisnis digital.pendekatan tersebut sejalan dengan penelitian Hesrhanty & Agustin (2003) yang membahas tentang inovasi , kreativitas, terkait pengembangan usaha pada studi literatur. Penelusuran literatur dilakukan melalui basis data akademik dan kanal pencarian seperti Google Scholar, ScienceDirect, dan ResearchGate. Kata kunci yang digunakan dalam proses pencarian meliputi "kreativitas", "inovasi", "kewirausahaan digital", "peluang usaha", dan "digital entrepreneurship". Kriteria inklusi meliputi artikel jurnal ilmiah terindeks yang membahas secara langsung hubungan kreativitas, inovasi, dan adopsi teknologi pada UMKM atau bisnis pemula (start-up), sedangkan kriteria eksklusi mencakup artikel yang tidak memuat teks utuh (full-text), artikel yang tidak melalui proses penelaahan sejawat (peer-reviewed), serta pembahasan yang tidak relevan dengan konteks bisnis digital. Berdasarkan proses penyaringan tersebut, diperoleh sebanyak 15 artikel jurnal ilmiah relevan yang memenuhi syarat untuk ditelaah secara mendalam.

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang bersumber dari artikel jurnal ilmiah yang tersedia melalui internet. Sumber referensi dipilih berdasarkan kesesuaiannya dengan tujuan penelitian, terutama yang membahas kreativitas, inovasi, pengenalan peluang usaha, kewirausahaan digital, dan pemanfaatan teknologi dalam kegiatan bisnis. Selain itu, referensi mengenai perubahan perilaku konsumen dan persaingan usaha turut digunakan untuk memahami tantangan yang dihadapi pelaku usaha pada era digital. (Kreuzer et al. 2022) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi digital turut memengaruhi proses pengenalan peluang usaha serta hubungan antara pelaku usaha, konsumen, produk, dan pasar. Oleh karena itu, penelitian tersebut menjadi salah satu referensi untuk mendukung pembahasan mengenai peluang usaha dalam lingkungan bisnis digital.

Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran artikel ilmiah secara terstruktur pada situs portal publikasi akademik. Proses seleksi literatur melalui tiga tahapan utama: (1) Identifikasi, di mana ditemukan sebanyak 45 artikel awal dari hasil pencarian kata kunci; (2) Penyaringan (screening), di mana artikel disaring berdasarkan pembacaan judul dan abstrak sehingga menyisakan 25 artikel yang memenuhi kriteria relevansi topik; dan (3) Penilaian Eligibilitas & Kualitas, di mana naskah utuh (full-text) dievaluasi berdasarkan kesesuaian tujuan, metodologi yang jelas, serta status publikasi pada jurnal bereputasi (peer-reviewed), hingga akhirnya ditetapkan 15 artikel akhir yang dianalisis secara mendalam. Informasi yang diekstraksi dari artikel terpilih mencakup konsep dasar kreativitas dan inovasi, penerapannya dalam pengembangan produk, penyusunan strategi pemasaran, pemanfaatan teknologi, serta penyesuaian usaha terhadap kebutuhan konsumen. Rincian alur penelusuran dan seleksi literatur ini dirangkum pada Gambar 1.



DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i3.14386
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Data yang telah dikumpulkan selanjutnya dianalisis menggunakan teknik deskriptif dengan mengidentifikasi gagasan utama dari setiap sumber, membandingkan hasil penelitian terdahulu, dan mengelompokkan informasi berdasarkan tema yang sesuai dengan tujuan penelitian. Tema tersebut meliputi peran kreativitas dalam menghasilkan ide usaha, penerapan inovasi untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan, keterkaitan kreativitas dengan inovasi, serta pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar dan menghadapi persaingan. Pembahasan ini juga didukung oleh penelitian Achamadi et al. (2025), yang mengkaji kreativitas dan inovasi sebagai strategi dalam mempertahankan serta mengembangkan usaha di tengah perubahan lingkungan bisnis digital.

Tahap akhir penelitian dilakukan dengan menyusun hasil analisis dalam bentuk uraian yang sistematis berdasarkan keterkaitan antara berbagai sumber yang telah dikaji. Hasil kajian digunakan untuk menjelaskan bahwa kreativitas berperan dalam menghasilkan gagasan baru dan menemukan peluang usaha, sedangkan inovasi membantu mewujudkan gagasan tersebut menjadi produk, layanan, atau strategi bisnis yang memiliki nilai bagi konsumen. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital turut dikaji sebagai upaya untuk mendukung pemasaran, menjangkau konsumen yang lebih luas, dan menyesuaikan kegiatan usaha dengan perubahan pasar. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya kreativitas dan inovasi dalam mengenali peluang usaha serta menghadapi dinamika lingkungan bisnis digital.

3. Hasil dan Pembahasan

Peran Kreativitas dalam Membaca Peluang Usaha

Berdasarkan hasil studi literatur, kreativitas menjadi salah satu kemampuan yang penting dalam mengenali peluang usaha. Kreativitas memungkinkan seseorang menghasilkan gagasan baru dengan melihat kebutuhan pasar maupun permasalahan yang ada dari sudut pandang yang berbeda. Dalam kegiatan kewirausahaan, kemampuan ini dapat membantu calon pelaku usaha menemukan kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi dan kemudian mengubahnya menjadi ide usaha yang memiliki nilai. Lebih lanjut, proses pengenalan peluang (opportunity recognition) sangat bergantung pada cara wirausahawan memproses informasi pasar yang tidak pasti dan terfragmentasi Shane & Venkataraman, (2000). Kreativitas bertindak sebagai kerangka kognitif yang memungkinkan seseorang menghubungkan berbagai informasi, tren konsumen, dan masalah yang belum terselesaikan di ruang digital menjadi sebuah ide bisnis yang bernilai komersial tinggi Baron, (2006). Tanpa adanya kepekaan kognitif dan kreativitas yang memadai, informasi melimpah di internet hanya akan menjadi data mentah tanpa bisa diterjemahkan menjadi celah pasar yang potensial Ward, (2004)

Penelitian Aldawod (2022) menunjukkan bahwa kreativitas berperan dalam proses mengenali peluang dengan membantu seseorang menghubungkan berbagai informasi, pengalaman, serta permasalahan untuk menghasilkan gagasan baru. Artinya, kemampuan dalam mengamati perubahan yang terjadi di lingkungan sekitar dapat membuka kemungkinan munculnya ide usaha yang berbeda. Dengan demikian, kreativitas dapat menjadi dasar awal bagi seseorang dalam menemukan dan mengembangkan peluang usaha. Kreativitas bertindak sebagai katalisator kognitif yang memungkinkan wirausahawan merangkai berbagai informasi dan tren pasar yang terfragmentasi menjadi sebuah peluang usaha yang bernilai komersial tinggi. Proses ini menuntut kepekaan mental dalam menerjemahkan masalah-masalah konsumen di ruang digital menjadi solusi produk yang unik.(Shane, S., & Venkataraman, S., 2000).

Kebutuhan terhadap kreativitas semakin besar dalam lingkungan bisnis digital karena perubahan tren dan perilaku konsumen berlangsung secara cepat. Pelaku usaha perlu memperhatikan perkembangan teknologi, aktivitas konsumen di media sosial, serta perubahan pola pembelian. Oleh sebab itu, kreativitas tidak hanya berkaitan dengan menciptakan sesuatu yang baru, tetapi juga bagaimana menghasilkan gagasan yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi pasar.

Peran Inovasi dalam Mengembangkan Peluang Usaha

Jika kreativitas berhubungan dengan munculnya gagasan, maka inovasi berkaitan dengan proses menerapkan dan mengembangkan gagasan tersebut. Inovasi dapat diwujudkan melalui pembaruan produk, peningkatan proses produksi, pemanfaatan teknologi, maupun perubahan dalam strategi pemasaran. Melalui inovasi, ide yang sebelumnya hanya berupa konsep dapat dikembangkan menjadi produk atau layanan yang memberikan manfaat bagi konsumen sekaligus memiliki nilai ekonomi. Lebih lanjut, ruang lingkup inovasi dalam bisnis digital tidak

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i3.14386
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

hanya terbatas pada penciptaan produk baru semata, melainkan mencakup pembaharuan model operasional dan strategi penciptaan nilai (value creation) bagi pelanggan. Pelaku usaha dituntut untuk merancang ulang struktur bisnis mereka agar lebih fleksibel, responsif terhadap perubahan perilaku konsumen digital, serta mampu mengoptimalkan efisiensi rantai pasok melalui pemanfaatan teknologi modern. Pendekatan inovasi yang sistematis ini menjadi kunci utama bagi kelangsungan hidup dan peningkatan daya saing usaha di tengah ketatnya dinamika pasar global.

(Akbar & Amir, 2024) dalam penelitiannya mengenai UMKM di Indonesia menunjukkan bahwa inovasi pada produk, proses, dan pemanfaatan teknologi digital dapat mendukung peningkatan daya saing usaha. Penggunaan teknologi juga memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan konsumen, dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi dibutuhkan agar usaha mampu menyesuaikan diri dengan perubahan pasar dan persaingan. Transformasi digital menuntut UMKM untuk tidak sekadar hadir secara online, melainkan secara konsisten memperbarui model operasional dan strategi pemasaran melalui inovasi proses serta pemanfaatan analitik digital guna mendongkrak daya saing jangka panjang

Dalam praktiknya, inovasi dapat dilakukan melalui berbagai bentuk sederhana maupun kompleks. Pelaku usaha dapat memanfaatkan media sosial untuk pemasaran, menggunakan marketplace untuk memperluas pasar, menyediakan pembayaran digital, memperbarui desain kemasan, atau menciptakan variasi produk. Dengan melakukan pembaruan secara terus-menerus, produk dapat tetap menyesuaikan diri dengan perubahan selera dan kebutuhan konsumen.

Keterkaitan Kreativitas dan Inovasi dalam Menemukan Peluang Usaha

Kreativitas dan inovasi merupakan dua hal yang saling mendukung dalam kegiatan kewirausahaan. Kreativitas membantu menghasilkan gagasan, sedangkan inovasi berperan dalam mengubah gagasan tersebut menjadi sesuatu yang dapat diterapkan. Oleh karena itu, keduanya tidak dapat dipisahkan karena ide yang kreatif membutuhkan penerapan agar dapat menghasilkan manfaat, sementara inovasi membutuhkan gagasan sebagai dasar untuk menciptakan pembaruan. Lebih lanjut, perpaduan antara proses berpikir kreatif dan eksekusi inovatif membentuk suatu kapabilitas dinamis yang memungkinkan pelaku usaha tidak hanya bertahan, tetapi juga menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di tengah disrupsi teknologi digital. Tanpa adanya keterpaduan kedua unsur ini, ide-ide kreatif akan berhenti sebagai konsep abstrak tanpa nilai ekonomi, sementara inovasi tanpa didasari gagasan yang segar akan kehilangan keunikan dan mudah ditiru oleh kompetitor pasar.

Hasil studi literatur menunjukkan bahwa perpaduan kreativitas dan inovasi dapat membantu pelaku usaha dalam mengenali sekaligus memanfaatkan peluang yang tersedia. Hal ini sejalan dengan Kreuzer et al. (2022) yang menjelaskan bahwa perkembangan teknologi digital dapat menciptakan peluang baru dalam kegiatan kewirausahaan. Teknologi memberikan akses yang lebih luas terhadap informasi, sumber daya, konsumen, dan pasar sehingga pelaku usaha memiliki lebih banyak ruang untuk menemukan peluang.

Dengan demikian, kemampuan membaca peluang tidak hanya berkaitan dengan kemampuan melihat adanya kebutuhan pasar. Pelaku usaha juga perlu memiliki kemampuan untuk mengembangkan ide tersebut menjadi sesuatu yang mempunyai nilai bagi konsumen. Kreativitas dan inovasi yang digunakan secara bersamaan dapat membantu proses tersebut.

Peluang Usaha di Tengah Perkembangan Bisnis Digital

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara pelaku usaha dalam mencari dan mengembangkan peluang bisnis. Kehadiran media sosial, marketplace, dan berbagai platform digital memungkinkan pelaku usaha memasarkan produk kepada konsumen yang lebih luas. Kondisi tersebut memberikan kesempatan untuk mengembangkan cara pemasaran maupun model bisnis yang lebih sesuai dengan perubahan perilaku konsumen. keberadaan platform teknologi digital secara fundamental telah mengubah arsitektur pasar konvensional menjadi ekosistem yang berbasis jaringan (network-based ecosystem). Dalam ekosistem ini, batas-batas geografis melebur dan hambatan masuk industri (barriers to entry) menjadi jauh lebih rendah, sehingga membuka ruang bagi lahirnya berbagai model bisnis baru yang digerakkan oleh kolaborasi komunitas daring, fleksibilitas pengujian pasar (market testing), dan partisipasi aktif konsumen. Pemahaman mendalam mengenai dinamika teknologi digital ini

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i3.14386
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

mutlak diperlukan agar pelaku usaha dapat memetakan pergeseran struktur pasar dan memanfaatkan peluang secara optimal.

Menurut (Ro, 2022), teknologi digital turut memengaruhi proses pengenalan peluang karena menciptakan pola interaksi baru antara pelaku usaha, konsumen, produk, dan pasar. Dengan demikian, teknologi tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menjalankan kegiatan usaha, tetapi juga dapat menjadi bagian dari munculnya peluang bisnis baru.

Perubahan tersebut juga dapat dilihat pada perkembangan UMKM di Indonesia. Pramesworo et al. (2024) menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat membantu UMKM memperluas pasar dan menjangkau konsumen yang lebih beragam. Namun, penggunaan teknologi perlu disertai kemampuan kreatif dan inovatif agar digitalisasi tidak hanya digunakan untuk kegiatan pemasaran, tetapi juga dapat mendukung perkembangan usaha secara berkelanjutan.

Kreativitas dan Inovasi dalam Menghadapi Persaingan Bisnis

Perubahan lingkungan bisnis dan meningkatnya persaingan menuntut pelaku usaha untuk mampu melakukan penyesuaian. Produk yang tidak mengikuti perubahan kebutuhan konsumen berpotensi mengalami penurunan daya tarik. kreativitas dan inovasi dapat menjadi bagian dari upaya pelaku usaha untuk mempertahankan keberlangsungan dan relevansi produknya di pasar. keberhasilan adaptasi usaha di tengah disrupsi pasar sangat ditentukan oleh fleksibilitas operasional dan kecepatan wirausahawan dalam merespons sinyal-sinyal perubahan pasar. Pemanfaatan kreativitas dan inovasi yang berkelanjutan memungkinkan pelaku usaha untuk merancang ulang tawaran nilai (value proposition), meningkatkan efisiensi internal, serta memperkuat loyalitas pelanggan di era digital. Hal ini menjadikan kemampuan beradaptasi berbasis inovasi sebagai fondasi utama dalam menciptakan daya saing yang berkelanjutan (sustainable competitive advantage).

(Akbar & Amir, 2024) menunjukkan bahwa inovasi serta pemanfaatan teknologi digital dapat membantu UMKM dalam meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, dan membangun keterlibatan dengan pelanggan. Selain itu, penelitian (Akbar & Amir, 2024) mengenai adaptasi UMKM pada masa transformasi digital menunjukkan pentingnya peningkatan kemampuan digital, inovasi proses, serta fleksibilitas dalam mengelola sumber daya sebagai bagian dari penyesuaian terhadap perubahan lingkungan usaha.

Berdasarkan keseluruhan hasil studi literatur, dapat disimpulkan bahwa kreativitas dan inovasi memiliki keterkaitan yang kuat dalam proses membaca dan mengembangkan peluang usaha di lingkungan bisnis digital. Kreativitas berperan dalam menghasilkan gagasan dan melihat kemungkinan peluang baru, sedangkan inovasi membantu menerapkan gagasan tersebut ke dalam produk, layanan, proses, maupun strategi bisnis. Sementara itu, perkembangan teknologi digital semakin memperluas kesempatan bagi pelaku usaha untuk mengenali dan mengembangkan peluang. Oleh karena itu, kemampuan berpikir kreatif, melakukan inovasi, serta beradaptasi menjadi bagian penting dalam menghadapi perubahan dan dinamika lingkungan bisnis.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil studi literatur, penelitian ini menyimpulkan bahwa kreativitas dan inovasi berperan sebagai kapabilitas kognitif dan eksekusional yang saling melengkapi dalam pengenalan serta pemanfaatan peluang usaha digital. Kontribusi utama dari kajian ini menunjukkan bahwa kreativitas berfungsi pada tahap ideasi untuk mengidentifikasi unmet needs dan celah pasar khusus (niche market), sementara inovasi bertindak sebagai mekanisme translasi yang mengubah gagasan tersebut menjadi produk, layanan, atau strategi pemasaran yang bernilai komersial. Perkembangan teknologi digital, termasuk media sosial dan marketplace, juga membuka kesempatan bagi pelaku usaha untuk memperluas pemasaran, menjalin komunikasi dengan konsumen, dan mengikuti perubahan kebutuhan pasar. Meskipun demikian, keberhasilan usaha tidak hanya bergantung pada penggunaan teknologi, tetapi juga pada kemampuan menghasilkan ide baru, melakukan pembaruan, dan menyesuaikan diri dengan kondisi bisnis yang terus berubah. Oleh sebab itu, pelaku usaha perlu memahami kebutuhan konsumen dan mengikuti perkembangan pasar agar dapat menghadapi persaingan. Penerapan kreativitas dan inovasi yang didukung pemanfaatan teknologi digital secara optimal dapat membantu pelaku usaha meningkatkan daya saing, mengembangkan peluang bisnis, serta menjaga keberlanjutan usaha di era digital.

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i3.14386
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Reference

1. Akbar, T., & Amir, H. (2024). *The Role of Innovation in Enhancing MSME Competitiveness in the Digital Era : A Case Study of MSMEs in Indonesia*. *1*(1), 2–5.
2. Baron, R. A. (2006). Opportunity Recognition as Pattern Recognition: How Entrepreneurs "Connect the Dots" to Identify New Business Opportunities. Academy of Management Perspectives, 20(1), 104–119.
3. Dan, I., & Dalam, K. (2025). *STRATEGI BERTAHAN DI ERA DIGITAL 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*. *1*(1), 1–8.
4. Febriana, H., Andita, K. V., Rismarina, R. A., & Maulana, A. (2023). *PELUANG BISNIS DIGITAL DI INDONESIA PADA ERA SOCIETY 5 . 0*. *3*(3), 365–374.
5. Ijeh, F., Ezekiel, B. O., Eyitayo, O. O., & Temitope, K. A. (2025). *Impact of Creativity , Innovation , Self-Efficacy , and Opportunity Recognition on Entrepreneurial Intentions among Tertiary Institution Students in Ondo State , Nigeria*. 13–19.
6. Korespondensi, E., & Accepted, A. (2026). *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*.
7. Kreativitas, P. (2023). *ManBiz : Journal of Management & Business ManBiz : Journal of Management & Business*. *2*, 134–137. https://doi.org/10.47467/manbiz.v2i2.1900
8. Pelanggan, P., & Etika, D. A. N. T. (2025). *PENERAPAN KECERDASAN BUATAN DALAM E-COMMERCE : EFISIENSI*. *9*(1), 788–800.
9. Program, M. S., Finance, P., & Program, S. (2025). *Creativity and Innovation in Indonesia ' s Digital Entrepreneurship : Insight from Content Creators and Start- ups*. *9*(2), 304–312.
10. Ro, M. (2022). *The Effects of Digital Technology on Opportunity Recognition*. *64*(1), 47–67. https://doi.org/10.1007/s12599-021-00733-9
11. Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. Academy of Management Review.
12. Teece, D. J. (2018). Business Models and Dynamic Capabilities. Long Range Planning.
13. Tinggi, S., Injili, T., & Setia, A. (2025). *Inovasi dan Kreativitas : Pilar Utama dalam Kewirausahaan*.
14. Ward, T. B. (2004). Cognition, Creativity, and Entrepreneurship. Journal of Business Venturing, 19(2), 173–188.
15. Wijoyo, H. (n.d.). *(KEWIRAUSAHAAN DIGITAL)*.

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i3.14386
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)