

Kreativitas Sebagai Jembatan Menuju Bisnis Internasional

Nasyuwah S Hasibuan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
E-mail: beenazwa19@gmail.com

Hendra Ibrahim

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
E-mail: Hendra@ishlahiyah.ac.id

Korespondensi penulis: beenazwa19@gmail.com

Abstract: *This scientific work aims to provide understanding and knowledge to readers and researchers about how important and big the influence of the element of creativity is to support MSMEs in Indonesia to be more successful not only in their own country but also abroad (internationally). International business is now not only engaged in trade and manufacturing but also transportation, tourism, advertising, etc. To adapt yourself as a business actor in this advanced era, creativity is the bridge. This research uses a qualitative approach with descriptive analysis method. The results of the research are that in the creative economy there are many visions that build Indonesia to become one of the world's economic powers in the creative economy by 2030. The six visions are, namely; (1) Bringing together all assets and potential to create an independent creative economy. (2) Create an orderly climate for developing creative industries. (3) Supporting creative innovation that has added value and competitiveness in international business. (4) Expanding the public's insight and appreciation for all things about the creative economy, and providing a good image of the creative economy to the public. (5) Building awareness and respect for IPR, one of which is intellectual property protection in copyright.*

Keywords: *Creative Economy, International Business*

Abstrak: Karya ilmiah ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada pembaca maupun peneliti tentang seberapa penting dan besarnya pengaruh unsur kreativitas untuk mendukung UMKM yang ada di Indonesia agar lebih sukses tidak hanya didalam negeri sendiri namun juga diluar negeri (internasional). Bisnis internasional kini tidak hanya bergerak dibidang perdagangan dan manufaktur tapi juga transportasi, pariwisata, periklanan dll. Untuk mengadaptasikan diri sebagai pelaku usaha di era yang maju ini maka kreativitaslah yang menjembatannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bermetodekan analisis deskriptif. Hasil penelitian adalah Dalam ekonomi kreatif terdapat banya visi yang membangun Indonesia untuk menjadi salah satu kekuatan ekonomi dunia dalam ekonomi kreatif menjelang 2030. Enam visi tersebut, yaitu; (1) Menyatukan semua aset dan potensial untuk mewujudkan ekonomi kreatif yang mandiri. (2) Membuat iklim yang teratur untuk mengembangkan industry kreatif. (3) Mendukung inovasi yang kreatif yang memiliki nilai lebih dan daya saing di Bisnis Internasional. (4) Memperluas wawasan dan apreasi publik atas segala hal tentang ekonomi kreatif, dan memberikan citra baik ekonomi kreatif kepada publik. (5) Membangun kesadaran dan menghargai HKI, salah satunya perlindungan kekayaan intelektual pada hak cipta.

Kata Kunci : Ekonomi Kreatif, Bisnis Internasional

PENDAHULUAN

Pelaku usaha yang berjuang mempertahankan usahanya saat ini memanglah tidak mudah. Apalagi dengan situasi ekonomi dan bisnis di Indonesia yang naik turun membuat kendala besar bagi mereka untuk merintis usaha semakin tinggi ditambah rendahnya daya beli karena pendapatan yang kecil pada sektor konsumsi. Banyak orang yang memilih untuk menjadi wirausahawan karena bekerja menjadi karyawan sudah tidak menarik lagi ditambah dengan adanya permasalahan yang mungkin kita tidak tahu kedepannya akan seperti apa jika perusahaan tersebut tidak berkembang. Maka dari itu menjadi wirausahawan adalah solusi terbaik untuk tetap produktif, baik membangun usaha sendiri atau bekerjasama dengan keluarga atau tempat terdekat. Tetapi semakin tinggi minat berwirausaha seseorang dan mengembangkan kemampuan berdagangnya maka semakin tinggi pula persaingan antar para pelaku usaha.

Salah satu hal yang menjadi kendala wirausahawan ada pada keterbatasan modal dan ketiadaan kepemilikan aset yang bisa dijadikan jaminan. Pinjaman kredit UMKM dari pengusaha dan perbankan sulit dimasuki oleh kaum kurang mampu. Maka dari itu Dinas Sosial berusaha untuk menemukan cara efektif agar semua pihak dapat memperoleh akses modal tanpa adanya jaminan namun tetap bertanggungjawab melalui Kelompok Usaha Bersama (KUBE) dan Lembaga Keuangan Mikro (LKM). Apabila pelaku usaha dapat berkembang dengan baik secara nasional maka selanjutnya kita bisa mendorong mereka untuk masuk kepasar global dan bersaing secara internasional.

Namun, untuk sampai ke ranah Internasional, modal dana bukanlah hal yang utama melainkan modal bakat dan kemampuan kita dalam membangun usaha. Dengan pemikiran yang kreatif, seorang pelaku usaha bisa memanfaatkan barang-barang bekas seperti kain perca untuk dirubah menjadi barang dengan kualitas dan nilai yang tinggi. Dengan kreatifitas pula kita bisa memanfaatkan suatu aplikasi dan menjadikan aplikasi itu sebagai sumber pendapatan contohnya, dapat berguna dalam jasa pembuatan design. Dengan banyaknya pelaku usaha yang kreatif dan inovatif maka dapat membantu pertumbuhan ekonomi di Indonesia menjadi lebih baik, dan menghasilkan wirausahawan berkelas yang mampu berkreasi di kancah Internasional.

Pada era ini, bisnis berskala internasional ekspor-impor bukan lagi mengurus masalah kekurangan sumber daya alam atau sumber daya manusia di suatu negara, melainkan menjadi hubungan yang saling menguntungkan bagi beberapa negara. Bagaimana tidak, dengan

kegiatan ekspor-imporlah lapangan kerja meningkat, industrialisasi, kemajuan transportasi bahkan menghadirkan banyak perusahaan internasional.

KAJIAN TEORI

Apa itu kreativitas?

Kreatifitas adalah kemampuan individu atau kelompok untuk menciptakan atau membuat sesuatu yang berbeda/baru, baik yang memang itu adalah hal baru atau sebuah ide baru yang tercipta dengan menggabungkan beberapa hal yang sebelumnya sudah ada. Kreativitas dapat membuat orang yang melihat menjadi kagum dan takjub dengan ide yang dianggap cemerlang.

Tujuan dari adanya kreativitas adalah untuk bertahan hidup dengan kehidupan yang lebih layak di era yang modern ini. Mengapa demikian? Karena diperlukan kemampuan untuk beradaptasi dan dapat melihat peluang yang dapat dimanfaatkan untuk memberikan keuntungan atau kesejahteraan kepada sesama manusia.

Ciri Umum Kreativitas

Kreativitas juga memiliki ciri umum yang bisa dilihat dari seseorang. Menurut Guilford (dalam Musnandar, 1992) terdapat dua ciri yang berhubungan dengan kreativitas, ciri kognitif (*aptitude*) adalah ciri umum kreativitas yang berhubungan dengan proses berfikir seperti, kenalaran, fleksibilitas dan orisinalitas saat berfikir serta elaboration yaitu dapat mengembangkan, meluaskan dan merincikan suatu gagasan. Ciri afektif adalah ciri yang cenderung dengan sikap atau perasaan seperti rasa ingin tahu, imajinasi, berani mengambil resiko, tantangan dll. Kedua jenis ciri ini diperlukan agar pelaku usaha yang kreatif dapat menyalurkan kreativitasnya.

- a. **Kemampuan berfikir lancar**, adalah kemampuan untuk menciptakan banyak gagasan atau ide, lalu mengemukakan berbagai macam cara untuk melakukan suatu hal dan mencari banyak solusi alternatif berupa jawaban untuk menyelesaikan masalah.
- b. **Kemampuan berfikir luwes (*flexibility*)**, yaitu kemampuan untuk menggunakan berbagai pendekatan dalam menyelesaikan masalah. Orang yang kreatif harus bisa menggantikan pola berfikir yang lama dengan pola fikir mereka yang baru secara spontan. Sehingga, mereka jauh lebih fleksibel dalam menyampaikan ide dan gagasan mereka dengan percaya diri dan tanpa rasa takut salah.
- c. **Kemampuan berfikir orisinal (*originality*)**, ialah kemampuan individu untuk melahirkan ide dan gagasan lalu menggabungkan nya menjadi hal baru dengan cara yang tidak biasa atau

tidak pernah terfikirkan oleh orang lain. Contohnya dalam menyelesaikan masalah, mereka akan berfikir kenapa melakukan cara yang biasa dipakai banyak orang? Kenapa tidak memakai cara lain saja?

- d. **Kemampuan menilai (*evaluation*)**, yaitu mampu untuk memberikan atau membuat penilaiannya sendiri dan menentukan apakah itu benar atau salah, lalu melaksanakannya. Ciri ini cenderung mengarah pada pengambilan keputusan atau perancangan kebijakan, dimana mereka akan menyumbangkan pendapatnya dibandingkan memihak dengan pendapat yang sudah ada dari orang lain.
- e. **Kemampuan memperinci**, yaitu individu mampu untuk mengembangkan sebuah ide yang sudah ada dengan ide yang dia miliki, sehingga tidak hanya menjadi lebih baik tapi juga menjadi lebih menarik.

Bisnis Internasional

Bisnis Internasional merupakan suatu kegiatan bisnis yang dilakukan antar negara yang satu dengan negara yang lainnya untuk mendapatkan keuntungan bisnis. Bisnis yang dimaksud bukan hanya perdagangan dan manufaktur internasional tapi juga industry dibidang jasa, seperti transportasi, perbankan, pariwisata, iklan, komunikasi massa dan lain sebagainya. Bisnis-bisnis tersebut akan dikelompokkan menjadi beberapa tipe dengan cara yang berbeda-beda. Dengan alasan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, manusia tidak terlepas dari urusan perdagangan. Dan orang yang berperan penting dalam hal itu ialah pedagang yang menyalurkan barang/jasa kepada konsumen.

Bisnis internasional melibatkan semua negara-megara didunia, adanya bisnis internasional disebabkan atas tidak ada satu negarapun yang mampu untuk memenuhi kebutuhan dinegara hanya dengan dirinya sendiri, baik dari segi kebutuhan barang atau jasa. Perdagangan internasional kemudian muncul karena adanya interaksi antara permintaan dan penawaran yang saling bersaing.

Permintaan menjelaskan adanya perubahan harga yang terjadi karena adanya perubahan barang yang diminta. Semakin tinggi harga suatu produk, maka semakin menurun pula permintaan atas produk tersebut. Sedangkan penawaran yaitu menjelaskan tentang apabila harga yang ditawarkan tinggi, maka permintaan suatu barang juga akan meningkat.

Kegiatan perdagangan internasional yang dilakukan adalah ekspor dan impor. Ekspor adalah aktivitas bisnis yang menjual barang dari dalam negeri ke luar dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan negara, merangsang pertumbuhan industry dalm negeri dll, berdasarkan ketentuan yang berlaku. Kalau impor adalah aktivitas bisnis yang melakukan

pembelian barang dari luar negara untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan atas suatu produk di dalam negeri dan tetap pada kebijakan impor yang berlaku.

Transaksi pada bisnis ini dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam suatu negara dengan perusahaan lain atau pembeli di negara lain tersebut. Transaksi ini dinamakan Pemasaran Internasional. Pemasaran internasional adalah keadaan dimana perusahaan terlibat dalam kegiatan transaksi bisnis dengan negara, perusahaan atau individu di negara lain. Semua bentuk transaksi internasional diperlukan transaksi pembayaran (*fee*). Dimana negara penerima harus membayar, dan negara pengirim mendapatkan *fee* tersebut.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2005), adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi pada objek secara alamiah. Penelitian deskriptif kualitatif akan mengumpulkan informasi yang sesuai dengan kondisi, objek, atau fenomena sosial saat penelitian dilakukan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan bermetodekan analisis deskriptif karena, metode ini dirasa sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu, untuk mendapatkan pengetahuan mengenai pentingnya ekonomi kreatif untuk mendukung bisnis internasional. Dengan metode ini pula, dapat mengungkapkan bagaimana cara menjadi pelaku usaha yang kreatif sehingga mampu bersaing di internasional, kreatifitas seperti apa yang dibutuhkan untuk bisa masuk dunia luar dan cara bagaimana mengembangkan kreativitas dalam berwirausaha, sehingga peneliti yakin baha metode penelitian kualitatif dianggap relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam ekonomi kreatif terdapat banya visi yang membangun Indonesia untuk menjadi salah satu kekuatan ekonomi dunia dalam ekonomi kreatif menjelas 2030. Enam visi tersebut, yaitu;

- 1) Menyatukan semua aset dan potensial untuk mewujudkan ekonomi kreatif yang mandiri
- 2) Membuat iklim yang teratur untuk mengembangkan industry kreatif
- 3) Mendukung inovasi yang kreatif yang memiliki nilai lebih dan daya saing di Bisnis Internasional

- 4) Memperluas wawasan dan apresiasi publik atas segala hal tentang ekonomi kreatif, dan memberikan citra baik ekonomi kreatif kepada publik
- 5) Membangun kesadaran dan menghargai HKI, salah satunya perlindungan kekayaan intelektual pada hak cipta
- 6) Merancang dan menjalankan strategi yang spesifik agar Indonesia memiliki nama dalam peta ekonomi kreatif berstandar Internasional.

Kreativitas adalah aspek yang sangat penting dalam berwirausaha. Tanpa adanya kreativitas, maka sulit bagi bisnis untuk berkembang dan memenangkan persaingan di dunia. Dengan adanya kreativitas maka perusahaan akan memperoleh ide dan inovasi baru yang dapat mengubah permainan pasar, memimpin trend pasar, bahkan menciptakan nilai tambah bagi konsumen.

Tetapi, menghasilkan ide kreatif bukanlah perkara yang mudah. Terkadang pelaku usaha merasa stuck dalam cara berfikir yang cenderung sama sehingga sulit untuk melihat ke luar. Maka dari itu, untuk membantu pengusaha mengembangkan kreativitasnya, ada beberapa cara yang bisa dilakukan untuk menghasilkan ide dan inovasi yang menarik.

- a) Melihat masalah dari sudut pandang yang berbeda, dengan melihat konflik dari sudut pandang yang berbeda, memungkinkan wirausaha untuk mendapatkan solusi yang lebih kreatif. Sudut pandang yang digunakan bisa dari pelanggan, rival, dan public.
- b) Menggunakan teknologi dan internet sebagai sumber inspirasi, ada banyak sumber daya online yang tersedia, sumber daya itu dapat membantu pelaku usaha untuk memperluas pengetahuan mereka mengenai industri yang kini akan menuju ke era 5.0. Dengan pengetahuan yang semakin banyak pengusaha dapat mengembangkan usahanya dengan ide ide yang disesuaikan dengan era masa depan.
- c) Tidak takut gagal, kuncinya adalah jangan takut untuk gagal. Karena buah dari sebuah proses adalah keberhasilan. Kegagalan yang terjadi bukan untuk menutup usaha tetapi untuk belajar. Karena pelaku usaha tidak akan tahu sampai dimana kemampuan usahanya jika tidak mengalami kegagalan terlebih dahulu.
- d) Berkolaborasi, kolaborasi yang dimaksud bisa dengan individu, kelompok atau sesama perusahaan. Contohnya Toyota dan BMW yang bekerjasama dalam pembuatan mesin mobil BMW agar jauh lebih berkualitas dan bisa bersaing dengan merk lainnya.
- e) Riset usaha kompetitor, peluang bisnis yang ada setidaknya pernah dimanfaatkan oleh satu orang, Pelaku usaha harus dapat melihat atau mencari apa yang belum competitor

miliki dalam bisnisnya dan menciptakan nya di bisnis yang kita miliki lalu menawarkannya kepada pelanggan.

KESIMPULAN

Untuk sampai ke ranah Internasional, modal dana bukanlah hal yang utama melainkan modal bakat dan kemampuan kita dalam membangun usaha. Dengan pemikiran yang kreatif, seorang pelaku usaha bisa memanfaatkan barang-barang bekas seperti kain perca untuk dirubah menjadi barang dengan kualitas dan nilai yang tinggi. Dengan kreatifitas pula kita bisa memanfaatkan suatu aplikasi dan menjadikan aplikasi itu sebagai sumber pendapatan contohnya, dapat berguna dalam jasa pembuatan design. Dengan banyaknya pelaku usaha yang kreatif dan inovatif maka dapat membantu pertumbuhan ekonomi di Indonesia menjadi lebih baik, dan menghasilkan wirausahawan berkelas yang mampu berkreasi di kancah Internasional.

Ekonomi kreatif sebagai wadah menampung dan memfasilitasi kreativitas anak bangsa dapat menghasilkan kesejahteraan hidup masyarakat dan meningkatkan perekonomian Indonesia. Dengan cara dan pemanfaatan yang tepat bukan tidak mungkin bahwa pelaku usaha kreatif dapat bersaing di dunia global. Untuk kesadaran publik terhadap penting ekonomi kreatif perlu ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- M, Lili. (2017). “Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Nasional Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif”. *Jurnal Cakrawala*. 17(2).
- A, Nuri. Hazizah, SN. (2021). “Peranan Etika dan Tanggjawab Sosial, Dalam Bisnis Internasional”. *Jurnal Ekonomi Managemen*. 16(2).
- Gumilar, A. (2018). “Analisis Bisnis Internasional Di Indonesia”. *Jurnal ADBIS*. 2(2).
- Fauzy, A. (2019). “Hilirisasi Penelitian Untuk Meningkatkan Daya Saing Bangsa”. *Research Fair Unisri*. 3(1).